

Benvenuti al Webinar

**Efficienza e qualità nello studio professionale:
elementi di psicologia delle organizzazioni**

Relatore Dott. Rag. Roberta Fabbri

COMUNICAZIONE

- In Italiano il termine “Comunicazione” ha il significato semantico di “far conoscere”, rendere noto
- Dal latino CUM che vuol dire “con” e MUNIRE che vuol dire “legare” - “costruire”, la comunicazione viene tradizionalmente intesa come un processo di trasmissione di informazioni da un emittente ad un ricevente
- Nonostante la crescente proliferazione delle tecnologie dell’informazione, l’importanza della comunicazione non è mai stata così grande
- Saper Comunicare significa essere in grado di adattarsi ai processi mentali dei nostri interlocutori perché è l’affinità che crea empatia e favorisce la relazione comunicativa
- Per comprendere noi stessi e gli altri, dobbiamo dapprima essere disposti a rimuovere umilmente gli ostacoli che si frappongono alla propria “crescita” personale

I VANTAGGI DI SAPER COMUNICARE

- Chi non comunica non esiste
- Saper comunicare conferisce sicurezza
- Aiuta la propria autorealizzazione
- Favorisce la comprensione, l'Empatia, l'Assertività
- Limita i dissidi nell'ambito di ogni microcosmo
- Consente di conoscere meglio noi stessi e gli altri
- Incoraggia il successo nel lavoro
- Comunicare significa fare Marketing di se stessi

LA COMUNICAZIONE E I FATTORI PERSONALI

- La Comunicazione può essere :
 - **di tipo orizzontale** (ad esempio tra coetanei o tra colleghi)
 - **di tipo complementare** (tra soggetti che non sono sullo stesso livello ad esempio tra lavoratore e titolare)
- Fattori personali che condizionano la comunicazione :
 - **la consapevolezza** della propria mappa mentale
 - **la considerazione che si ha di se stessi e degli altri**
 - **lo stato emozionale del momento** (es. ansia, gioia)
 - **lo stato psico-fisico** (salute fisica e mentale)
 - **le motivazioni soggettive** (i motivi per comunicare)
 - **gli schemi personali di riferimento** (i valori)
 - **il vissuto personale**
 - **il ruolo sociale**

GLI ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

Paul Watzlawick

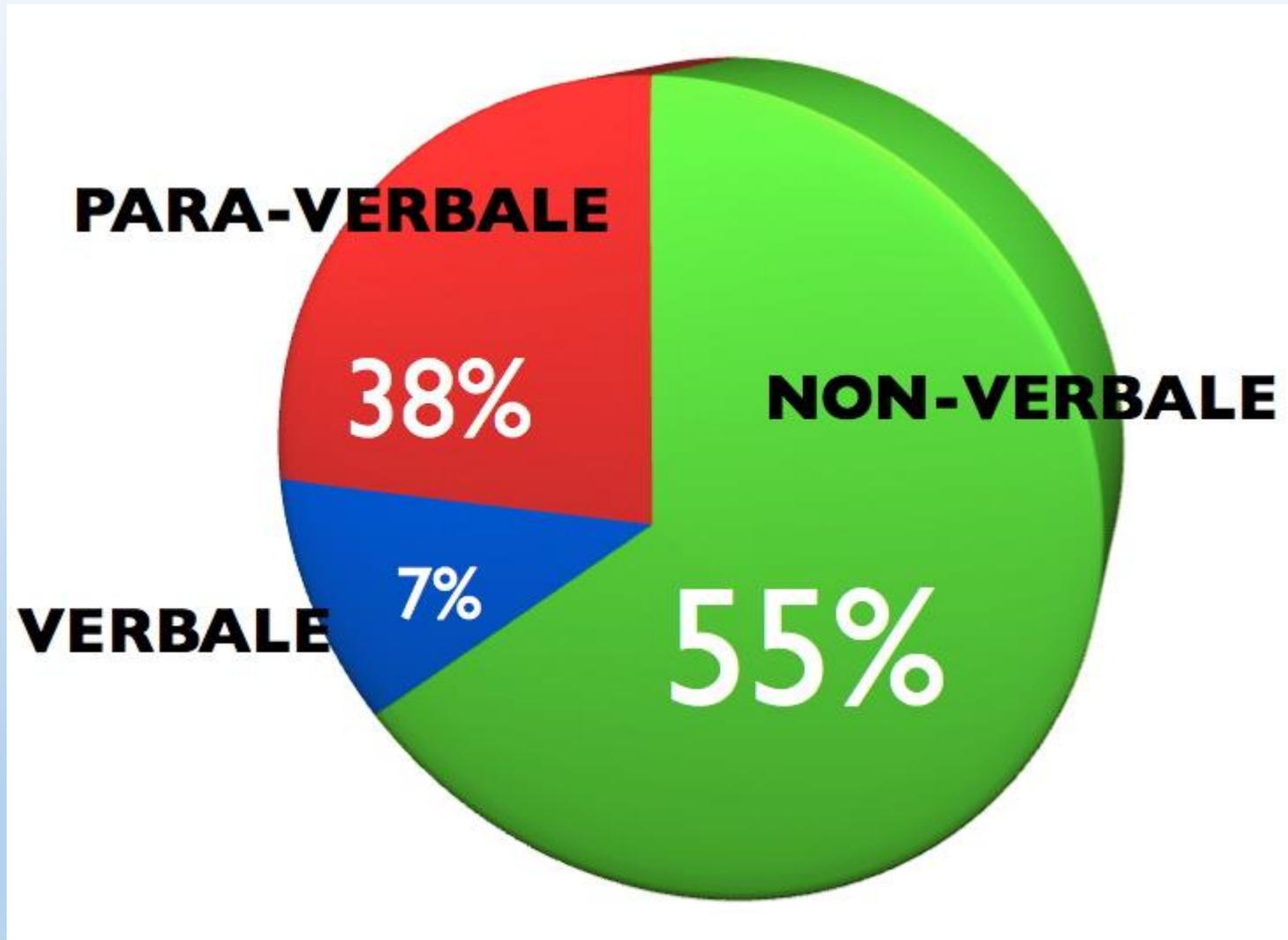
- **1°) NON SI PUO' NON COMUNICARE**
(noi comunichiamo sempre, anche quando siamo silenziosi)
- **2°) LA MAPPA DEL TERRITORIO NON E' IL TERRITORIO** (tutti credono di aver ragione perché inconsciamente convinti che anche gli "altri" percepiscano gli eventi allo stesso modo)
- **3°) L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE E' NEL FEED-BACK DELL'INTERLOCUTORE**
(ciò presuppone ascolto attivo alle risposte altrui)

L'INFLUENZAMENTO RECIPROCO

- Paul Watzlawick (1921-2007) filosofo, sociologo e psicologo austriaco naturalizzato americano, massimo studioso di pragmatica della comunicazione dell'istituto di Palo Alto in California, introducendo lo studio degli assiomi e fornendo un nuovo approccio alla teoria classica, ha sviluppato il concetto dell'influenzamento reciproco
- Questo aspetto è di fondamentale importanza per il microcosmo scolastico, sociale, lavorativo, aziendale, perché il modo di comunicare, nonché gli stati d'animo e gli umori, si trasmettono influenzando le relazioni ed anche l'efficienza dei singoli e del gruppo
- COMUNICARE SIGNIFICA INOLTRE **SAPER ASCOLTARE (Ascolto Attivo)**

I TRE LIVELLI DELLA COMUNICAZIONE: VERBALE, PARAVERBALE, I MESSAGGI DEL CORPO

- **LINGUAGGIO VERBALE 7%** (ciò che si dice o si scrive): parole, lessico
- **LINGUAGGIO PARAVERBALE 38 %** (tono di voce, volume, velocità, ritmo, accenti, pause, silenzi)
- **LINGUAGGIO DEL CORPO 55 %** (gesti, postura, movimenti, l'incedere del passo, portamento, contatto, sguardo, mimica facciale)
- Nei primi 15-30 secondi, a livello inconscio, siamo attratti da ciò che vediamo e quindi condizionati dal linguaggio del corpo
- Solo in un secondo momento presteremo attenzione al contenuto delle parole. E' come dire: non è molto importante parlare immediatamente, poiché l'attenzione maggiore viene catturata inconsciamente dall'aspetto esteriore e dalla musicalità del paraverbale



NEUROCOMUNICAZIONE

- La **Neurocomunicazione**, tiene conto delle ultime scoperte delle Neuroscienze ed insegna a dialogare in maniera efficace grazie alla conoscenza dei tre cervelli (rettiliano, limbico e neocorteccia)
- La comprensione del funzionamento del cervello, modificherà i nostri parametri di giudizio rispetto a noi stessi e agli altri (non più giudizio ma intendimento, ponendo anche un limite al pregiudizio)
- Saper comunicare in modo efficace e armonioso costituisce una competenza (soft skill) necessaria, acquisibile mediante la comprensione dei sistemi decisionali del nostro cervello
- Poiché siamo esseri empatici, molto emotivi e poco logici, le nostre decisioni e di conseguenza le nostre azioni dipendono principalmente dalle nostre emozioni e in misura minore dal pensiero logico

LE NUOVE FRONTIERE DELLE NEUROSCIENZE

- Le neuroscienze hanno iniziato ad avere un enorme impatto anche sul business oltre che nell'ambito della comunicazione
- Infatti, scoprendo il funzionamento del nostro cervello, che è l'organo responsabile delle nostre condotte, non solo è nata la Neurocomunicazione ma anche il Neuromarketing e la nuova disciplina della **Neuroeconomia, detta anche neuroscienze della decisione, la quale studia il comportamento del cervello-mente in relazione ai processi decisionali assunti in ambito economico**
- Contrariamente all'economia tradizionale, l'analisi neuroeconomica afferma che l'agire umano è condizionato da processi neuronali automatici e molto spesso inconsci, quindi indipendenti dalla volontà individuale, portando ad affermare che il comportamento economico derivi dall'unione tra razionalità relativa e emotività, automatismo e consapevolezza

ELOGIO A RICHARD H. THALER, PREMIO NOBEL PER L'ECONOMIA 2017

- Nel 2017 il Premio Nobel per le Scienze Economiche è stato assegnato al Prof. Statunitense Richard H. Thaler (Università di Chicago) per aver condotto uno studio sull'Economia Comportamentale. Essa indaga i rapporti fra psicologia ed economia nelle scelte dei singoli partendo da un'analisi sperimentale e impiegando concetti tratti dalla psicologia, elaborando modelli di comportamento alternativi rispetto a quelli formulati dalla teoria economica standard (equilibrio perfetto=domanda e offerta si incontrano nel punto di equilibrio; il prezzo quindi è giusto; all'aumentare della domanda il prezzo diminuisce; il mercato sistema tutto, grazie alla mano invisibile di Adam Smith)
- Attraverso l'analisi delle conseguenze della "razionalità limitata", delle "preferenze sociali" e della "mancanza di autocontrollo", il Premio Nobel Thaler ha palesato come specifiche caratteristiche della psicologia umana condizionino le decisioni e di conseguenza i risultati per i mercati in ambito economico. Thaler ha inoltre ideato la "teoria dei nudge" (spinta gentile) sui rinforzi positivi o condizionamenti per interi gruppi sociali orientando alcune condotte verso un miglioramento

DIFFERENZA TRA P.N.L. E NEUROMARKETING

- Spesso il Neuromarketing viene confuso o affiancato alla PNL (Programmazione Neuro Linguistica) o ad altre tecniche di persuasione (es. tipi dell'Enneagramma) che asseriscono di poter indirizzare le scelte del consumatore
- **La differenza consiste in questo: la P.N.L.** può essere definita una tecnica o un approccio mentale basato sullo studio dell'eccellenza, creata negli anni settanta da due ricercatori Richard Bandler e John Grinder con l'obiettivo di migliorare la comunicazione intrapersonale e interpersonale
- Essa, per quanto possa essere utile e apprezzata, si basa sui loro assunti e non su ricerche scientifiche a differenza del **Neuromarketing** che poggia su basi scientifiche ed interpretabili, nonché sull'analisi delle risposte collegate a specifici stimoli esterni e sulle risposte irrazionali dei clienti

CONSCIO E INCONSCIO

- L'agire umano è consapevole solo per il **5%-10%** mentre per il restante **90-95%**, dipende dall'irrazionalità, ovvero è mosso dai sensi e dall'istinto
- Acquisendo consapevolezza dei limiti e delle potenzialità del nostro cervello, impareremo che è possibile gestirlo avviando un percorso di evoluzione personale che parte dallo studio della neurocomunicazione. Il fondatore della psicoanalisi, Sigmund Freud (1856-1939), usò per primo il termine **inconscio** definendolo come quella parte della mente che fa cose di cui non ci si accorge. La possibilità di modificare le nostre condotte guidandoci al miglioramento è **racchiusa dentro di noi**. Non tutti arrivano a questo livello di consapevolezza durante la propria esistenza

CONSCIO E INCONSCIO



L'INCIDENZA DELLA FISIOLOGIA DEL CERVELLO

- Ogni individuo usa entrambi gli emisferi



- L'emisfero sinistro, razionale, è sede del conscio ed elabora informazioni a breve termine. L'emisfero destro è sede dell'inconscio ed elabora informazioni a medio e lungo termine
- Il conscio riesce ad eseguire da 3 a 7 operazioni simultaneamente, l'inconscio oltre 64.000 attività (Dott.George Miller 1962)
- Ecco perché il 90-95% del nostro agire è inconscio e solo il 5-10% è guidato dalla razionalità



- Il cervello consta di circa un centinaio di miliardi di cellule nervose interconnesse le une alle altre da un immenso ed intricato sistema di circuiti neuronali
- Essendo un organo plastico, le neuroscienze insistono sul concetto che bisogna diventare consapevoli della possibilità di gestione del proprio cervello dal quale dipende ogni nostro pensiero ed azione, ovvero il nostro comportamento
- Usare il cervello anziché farsi usare da esso ! Questo perché il cervello, nella sua complessità e meraviglia, è comunque un organo tendenzialmente pigro, nel senso che è programmato per fare la cosa più semplice e meno dispendiosa a livello di energie. In pratica esso cerca costantemente di ridurre lo sforzo necessario per assumere una decisione **specialmente quando si tratta di un cambiamento**

IL NOSTRO CERVELLO: ALCUNE CARATTERISTICHE

- E' un organo sociale che si sviluppa grazie alle relazioni con le altre persone, specialmente con quelle che ruotano attorno a noi, influenzando sul nostro comportamento sociale ed emotivo
- Il cervello ha la capacità di modificarsi continuamente nel corso della vita grazie alle esperienze maturate e questo ne permette l'adattamento ad un ambiente in continuo mutamento. Questa capacità cerebrale di continuo adeguamento viene definita "neuroplasticità"
- Il cervello consuma moltissima energia. La maggioranza di energia richiesta viene impiegata per far comunicare i neuroni fra loro tramite segnali chimici trasmessi attraverso strutture cellulari chiamate sinapsi. Il cervello non è mai completamente a riposo e anche quando dormiamo richiede energia per continuare a mantenere attive le funzioni vitali del nostro corpo o per farci sognare



ELOGIO A RITA LEVI MONTALCINI

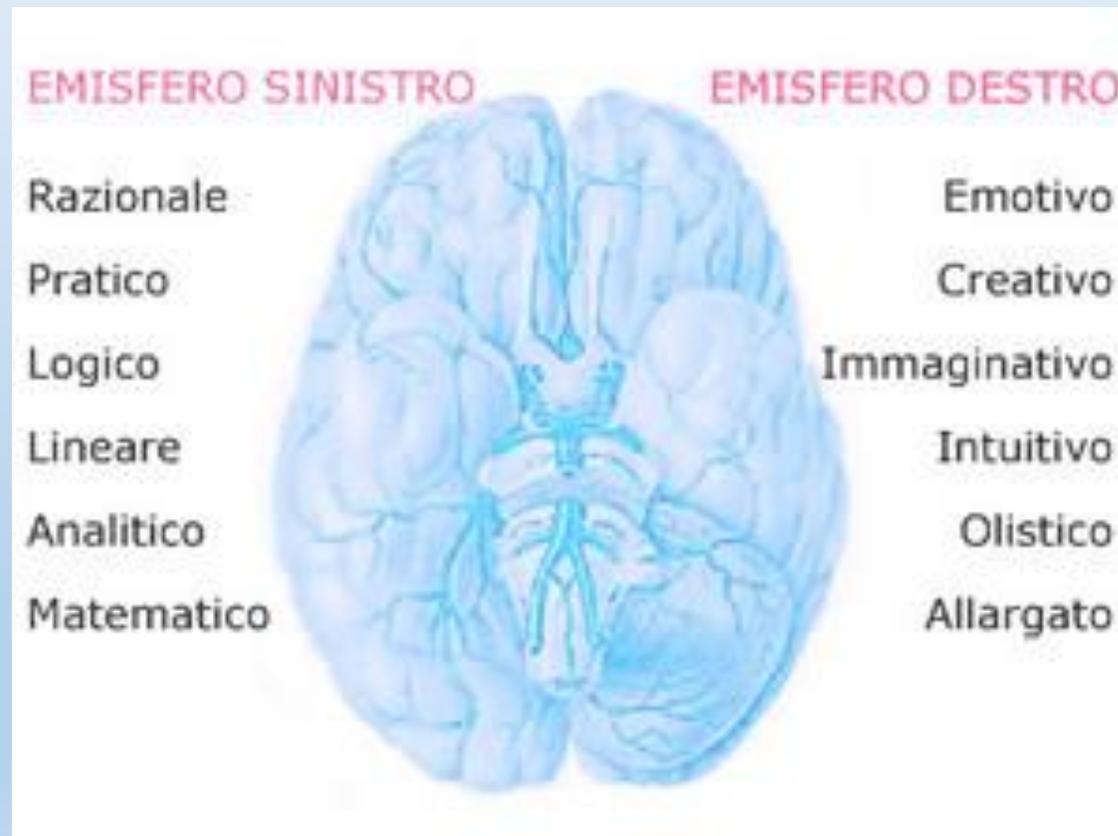
Premio Nobel per la medicina 1986

<< Nell'epoca attuale, testimone di un formidabile sviluppo delle facoltà intellettuali, come dimostrato dai progressi in ogni campo dello scibile umano, **il divario tra facoltà cognitive e capacità emotive è andato aumentando. Le prime hanno investito l'uomo di un potere quasi assoluto di controllo del globo terrestre, mentre le seconde sono rimaste al livello di quelle dell'uomo preistorico** >>

Questa straordinaria neuroscienziata, citando il motto dell'Illuminismo e il filosofo Immanuel Kant, era solita scrivere: << Sapere aude. Abbi il coraggio di servirti del tuo intelletto>>

ROGER SPERRY

Premio Nobel per la Medicina 1981



GLI EMISFERI DEL CERVELLO

- Recenti studi scientifici (2013-2014), hanno sfatato la convinzione per la quale le persone che utilizzano prevalentemente la parte sinistra del cervello, sarebbero più inclini alla matematica e alle scienze analitiche, mentre le persone che utilizzano la parte destra mostrerebbero una propensione naturale verso la creatività
- La ricerca ha rivelato piuttosto che le persone usano entrambi gli emisferi cerebrali praticamente in egual misura ma che un emisfero diventa dominante sull'altro quando svolge processi e funzioni che l'emisfero opposto non è in grado di gestire in modo altrettanto competente. Il cervello non va comunque inteso come un organo scisso in due parti a se stanti: esse sono infatti caratterizzate da un continuo scambio di informazioni e messe in comunicazione tra loro da un grosso fascio di fibre nervose, il corpo calloso, che permette al cervello di integrare le elaborazioni delle varie aree

LA TEORIA DEL CERVELLO TRINO

Dott. Paul MacLean

Il Cervello degli esseri umani è il risultato della stratificazione di tre aree indipendenti :

Rettile, Limbico, Materia Grigia o Corteccia Cerebrale



● Neo corteccia (razionalità)

● Limbico (emozioni)

● Rettiliano (sopravvivenza)

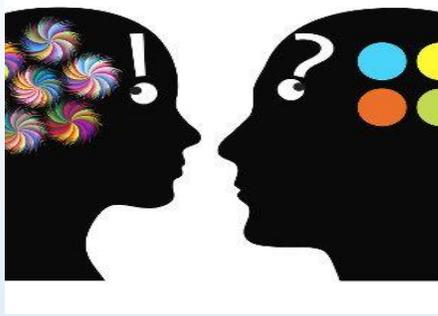
I TRE CERVELLI

- Il cervello rettiliano rappresenta la parte più antica ed è sede degli istinti primari, delle reazioni primordiali (attacco/fuga), del bisogno di mangiare, cacciare, riprodursi (sesso), dormire, esplorare, dominare, possedere un territorio, avere un capo, ritornare alla dimora, assumere comportamenti dimostrativi
- Il cervello limbico è quella parte in cui è racchiusa l'intelligenza emotiva, il QE (Quoziente emotivo), la capacità relazionale, la necessità di appartenenza ad un gruppo, la ricerca dei significati, il corteggiamento. Esso si modifica per tutta l'esistenza, grazie soprattutto alle emozioni, alle esperienze, alle relazioni
- La materia grigia-corteccia cerebrale, guida le attività quali l'apprendimento, la memoria, la soluzione dei problemi. Secondo gli ultimi studi derivanti dalle tecniche di imaging cerebrale, il cervello diventa maturo verso i 25 anni di età

L'INTELLIGENZA EMOTIVA E LE SUE POTENZIALITA'

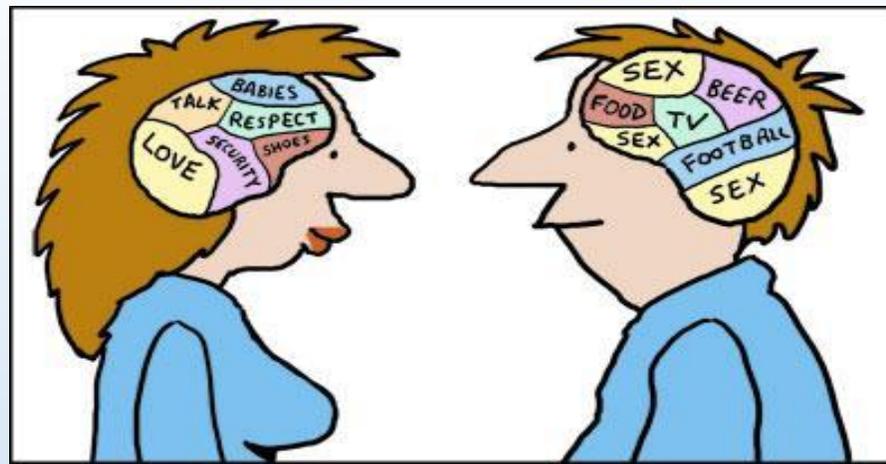
Per Daniel Goleman, il modo di comportarsi dipende da una intelligenza razionale (Quoziente Intellettivo = QI) e da una intelligenza emotiva (Quoziente Emotivo = QE)





COMUNICARE AL MASCHILE E AL FEMMINILE

- Ormoni e diversa conformazione cerebrale sono ampiamente responsabili delle condotte di genere
- La struttura cerebrale di uomini e donne si è evoluta diversamente in relazione alle differenti attività svolte dagli uomini rispetto alle donne: i primi cacciavano e le seconde raccoglievano erbe, frutti e bacche
- I primi svolgevano funzioni protettive, le seconde educative
- Il cervello femminile, pur possedendo dimensioni più ridotte rispetto a quello maschile, ha lo stesso numero di cellule anche se esse si presentano più ammassate
- Le donne hanno inoltre una quantità più elevata di connessioni tra i due emisferi cerebrali. La fitta rete di fibre che li congiunge è detta *corpus callosum* ed è più estesa nella donna. Da ciò deriva un maggior traffico tra i due emisferi



- Negli ultimi decenni, lo studio relativo alle differenze di genere ha ricevuto una crescente attenzione e i dati scientifici dei quali disponiamo costituiscono oggi un patrimonio molto importante
- Le ricerche effettuate da biologi, antropologi, etnologi, neuroscienziati concordano nell'affermare che esistono differenze cerebrali di genere
- **Pur appartenendo alla stessa specie, uomini e donne sono quindi, uguali e diversi e comunicano in modo differente** (es.dialogo per stringere relazioni, silenzio per punire.....)
- Soprattutto affrontano le situazioni con una percezione diversa: il decision making è tendenzialmente più generale e frettoloso per gli uomini, più accurato nelle donne con particolare avversione al rischio
- **Valori femminili : amore, relazioni umane, bellezza**
- **Valori maschili: potere, successo, risultati**



LE INTELLIGENZE PERCETTIVE

- Ogni cervello è unico ed è per questo che ciascuno di noi percepisce, interpreta, elabora le informazioni e gli stimoli che riceve in modo del tutto personale
- Questo modo di percepire il mondo e di relazionarci con esso avviene attraverso i 5 sensi: vista, udito, tatto, olfatto, e gusto
- Fin dai primi anni di vita il bambino avrà la tendenza ad essere visivo, uditivo o cinestetico, pur rimarcando il fatto che ciascuno di noi possiede tutte e tre le intelligenze percettive e che solo una sarà dominante nella nostra vita influenzando inconsciamente tutti i nostri comportamenti
- Studi affermano che il 55% della popolazione in Occidente è visiva, il 30% è cinestetica ed il 15% è uditiva

ALCUNE CONSIDERAZIONI SULLE INTELLIGENZE PERCETTIVE

- Le Intelligenze Percettive o canali di comunicazione, possono essere definite come il linguaggio dell'esperienza perché considerano tutti i nostri processi mentali riferibili al ricordo, al pensiero, all'immaginazione, alla percezione, alla coscienza ed al modo d'esprimersi
- Non esiste una intelligenza percettiva migliore dell'altra : esse sono semplicemente diverse nell'assolvimento della stessa funzione, quella di comunicare ed interpretare la realtà
- Imparare ad utilizzare i tre linguaggi (visivo, uditivo, cinestetico) migliorerà notevolmente la nostra qualità relazionale

INTELLIGENZA PERCETTIVA VISIVA

Alcune caratteristiche:

Percepisce e legge il mondo attraverso le immagini, Attenta all'aspetto esteriore delle cose e delle persone, Sensibile all'armonia dei colori che traduce nel gusto estetico con il quale arreda la propria abitazione, l'ufficio, la sua attività, Cura molto la sua immagine, il vestiario, l'abbinamento dei colori , Può indossare capi particolari dai colori accesi , Ha un risveglio energico (subito molto attiva), Quando ricorda o quando pensa al futuro, lo fa visualizzandolo , Parla gesticolando, Spesso racconta fatti personali anche a persone appena conosciute, Sempre in attività, si muove rapidamente, Tono di voce alto, Parla in fretta e tende a dimenticare ciò che dice, Guarda in alto, Generalmente estroversa, Esplora i luoghi in cui va (ad esempio, entrando in un locale pubblico, si guarderà attorno), Molto organizzata, Ama un mondo pulito ed ordinato, Ha una postura rigida del corpo (ecco perché può camminare elegantemente ma ballare con poca elasticità), Prende decisioni con rapidità, Preferisce il bello al comodo

INTELLIGENZA PERCETTIVA UDITIVA

Alcune caratteristiche:

Grande sensibilità nei confronti del rumore o del tono di voce alto, Risveglio mattutino lento ; è meglio non parlargli almeno per un'oretta. Non arrabbiatevi se sempre al mattino non vi farà complimenti : non vi vede proprio ! Stile classico ed elegante nell'abbigliamento, non osa capi eccentrici, Difficilmente indossa colori molto accesi (es. fucsia), Si presenta ordinata e curata, Predilige la logica , La creatività e l'eccellenza vengono espressi in ambiti tecnico o tecnologico (informatica) , Guarda di lato, all'altezza delle orecchie (orizzontalmente), Più tranquilla e meno attiva della visiva, Sobria nel modo di presentarsi, Non manifesta spontaneamente i propri sentimenti (riservata) , Possiede un tono di voce melodioso e ben impostato, Sorride poco, Pensa molto ed ha una ricca vita interiore, Poco interessata all'aspetto esteriore degli altri, attenta però a ciò che le viene detto, E' attratta da chi possiede una buona capacità di ragionamento , E' ammirata dalla fluidità verbale dell'oratore, Attenta a ciò che dice, sceglie le parole da usare , Ricorda i discorsi ed anche le singole parole, Generalmente introversa

INTELLIGENZA PERCETTIVA CINESTESTICA

Alcune caratteristiche:

Persona emotiva, Sensibilità manifesta (diventa rossa, le sudano le mani ecc..), Esprime spontaneamente i propri sentimenti, Parla lentamente con un tono di voce basso e fa pause, Si muove con calma, Quando è intenta ad ascoltare o quando pensa guarda in basso, Gesticola molto, si tocca (es. capelli) e tocca gli altri (braccia), Non attribuisce importanza all'abbigliamento (a volte trasandato), Non si preoccupa di abbinare i colori, Ama la compagnia e dilungarsi in chiacchiere, Adora i profumi, Ama i sapori e quindi la buona cucina, Non tiene particolarmente alla cura della casa ma si affeziona agli oggetti ivi presenti (Fotografie, quaderni, ricordi di infanzia che le scaldano il cuore), Ama la campagna, i viaggi, la natura, l'avventura, La confusione è la sua migliore amica, Annusa e tocca gli oggetti da comprare, Preferisce la comodità al bello, Può appassionarsi a varie forme di collezionismo, Ha un rapporto emozionale con alcuni oggetti per cui difficilmente butta via cose regalate o che gli trasmettono un ricordo (foglie, sassi)



LE DIVERSE PERSONALITA' IL CERVELLO QUADRIPARTITO: LA TEORIA DI HERRMANN

- La teoria di Ned Herrmann (fisico, ricercatore sul pensiero creativo, direttore della formazione della General Electric etc..) sviluppatasi negli anni Novanta, parte dal presupposto che ogni persona ha un modo particolare di processare le informazioni, di trasformarle, di elaborare dati, di comprendere la realtà
- Secondo lo studioso, i cui contributi gli hanno permesso di ottenere un riconoscimento mondiale, le persone posseggono diversi stili di pensiero e di apprendimento che vanno a realizzare la propria mappatura mentale, corrispondenti ai **quattro quadranti cerebrali** responsabili pertanto di determinare **quattro tipologie di pensiero** per quali le persone sono solite apprendere, pensare, creare, interagire e interpretare la realtà

LA TEORIA DEI 4 QUADRANTI DI NED HERRMANN



UTILITA' DI QUESTO STUDIO

- Ned Herrmann è stato il fondatore della teoria Whole Brain Thinking Model (Modello degli stili di Pensiero del Cervello) e antesignano dello studio del cervello nel campo degli affari
- Moltissime aziende hanno scelto di utilizzare lo studio sulle personalità-colore per costruire team di lavoro, per la formazione del personale e lo sviluppo dei talenti, per il coaching individuale e di gruppo o magari per scegliere i responsabili dei vari settori e per affinare le strategie di vendita
- I Quattro stili di pensiero sono: il pensiero analitico (azzurro), il pensiero organizzativo (verde), il pensiero comunicativo o relazionale (rosso), il pensiero visionario o sperimentale (giallo)

I COLORI DELLE PERSONALITA'

- Personalità **verde** (visiva) = autostima, spirito di solidità e di persistenza
- Personalità **gialla** (visiva) = libertà interiore, spirito dinamico e indipendente
- Personalità **azzurra** (uditiva) = tranquillità, spirito paziente, riflessivo
- Personalità **rossa** (cinestetica) = sicurezza di sé, spirito di forza e azione

PERSONALITA' VERDE

- Alcune caratteristiche :
- Tranquilla, tollerante, paziente, capace di ascoltare e di accettare consigli
- Sotto la tranquillità cela spesso insicurezza, paura, timidezza, senso di inferiorità, pigrizia
- Essendo visiva, veste coordinando i colori ma si differenzia dalla gialla perché è più “contenuta” nel suo stile
- Gentile e socievole, conservatrice, poco flessibile
- A chi le sta accanto chiede l’approvazione dei suoi comportamenti; è educata, diplomatica
- Vuole condividere le sue decisioni anche se è un capo (chiede il parere dei collaboratori)

PERSONALITA' VERDE

- Quando acquista ama andare in compagnia di qualcuno
- Pone spesso al centro della sua vita una persona da cui dipendere
- Servizievole ma per ottenere protezione
- Se può evita problemi, confronti
- Può apparire noiosa e poco interessata nel fare le cose (non fissa obiettivi precisi)
- Sognatrice ma i suoi sogni rimangono nel cassetto per scarsa motivazione
- Ottima amica: ascolta senza giudicare

PERSONALITA' GIALLA

- Alcune caratteristiche :
- Ama la vita, è piena di energia ed ottimismo
- E' aperta, disinvolta, parla molto e con tutti
- Dimentica spesso ciò che dice e finisce per ripetere le stesse cose
- Trasmette buon umore alle persone che incontra
- Avendo una intelligenza percettiva visiva, veste molto bene adottando sia uno stile elegante che casual
- Veste alla moda, spesso la promuove. Cambia look ed ama attirare l'attenzione su di sé. E' molto attenta agli accessori originali (scarpe, cinture, cravatte, gemelli se uomo o borse, scarpe, cappelli, spille, gioielli, foulards, calze e collant insoliti, se donna)

PERSONALITA' GIALLA

- Massima cura di sé
- Ha sempre voglia di essere felice, leggera e spensierata
- Libertà è ciò che di più ama
- Le piace ricevere complimenti
- E' popolare anche senza volere
- Creativa : la sua creatività si esprime nelle idee
- Dotata di senso artistico
- Abile nella strategia
- Agente di cambiamento
- Entusiasta, innovatrice, eccentrica
- E' però spesso ingenua (dà troppa fiducia agli altri); è molto invidiata

PERSONALITA' AZZURRA

- Alcune caratteristiche :
- Logica, raziocinante, analitica ed obiettiva ; sottopone tutto ad analisi ed ha pregiudizi, ama il potere e le sfide
- Considera i rapporti in base all'equazione costi/benefici, è opportunistica e ambiziosa, ama essere ammirata, vuole sempre avere ragione
- Selettiva nelle amicizie, nei gusti, ama ascoltare e pensare ma mette in dubbio
- Veste in modo formale e classico : predilige i colori blu, grigio, nero, marrone
- Usa spesso le frasi : << andiamo al punto >> oppure << stringi >> ; ritiene inutili perdite di tempo le divagazioni non pertinenti al tema dell'incontro
- Ama i numeri, la matematica, i contratti, la finanza

PERSONALITA' AZZURRA

- Se l'interlocutore ricopre una posizione potenzialmente in grado di procurarle dei vantaggi (money), allora si mostrerà loquace anche se costui si dilunga
- Pretende la perfezione dagli altri
- Seria, formale, sorride raramente, non esprime sentimenti o emozioni
- E' spesso ai vertici di aziende
- Negli affari può rischiare fino all'estremo
- L'opinione degli altri non le interessa
- Prende velocemente la decisione giusta

PERSONALITA' ROSSA

- Alcune caratteristiche :
- Altruista, leale, capace di sacrificarsi
- Gentile ma determinata ; avversario temibile
- Sempre disponibile ad aiutare gli altri
- Ama e vuole essere amata
- Si sacrifica per una relazione affettiva
- Sensibile e capace di dare ma anche incapace di perdonare e di non donare più nulla
- Può essere soggetta a depressione
- La vita è un impegno
- Sempre preoccupata per qualcosa

PERSONALITA' ROSSA

- Complessa, presenta caratteristiche opposte
- Critica nei confronti di se stessa e degli altri, è una perfezionista
- Non è capace di delegare, vuol cercare di far tutto quasi a proteggere i suoi collaboratori ; in realtà non ha fiducia in loro
- Limite : serba rancore nonostante cerchi di mantenere rapporti amichevoli con tutti
- Invidia la spensieratezza della Gialla e pensa che non sia giusto godersi così la vita
- Emotiva e sensoriale, ha un alto livello spirituale ed intuitivo, eccelle nelle relazioni ed ha il dono naturale della parola

STRATEGIE COMUNICATIVE

- **Come trattare la Personalità Verde ?**

Condividere le decisioni : vuole sentirsi confortata e apprezza le opinioni dei collaboratori, colleghi ; lavora bene nell'ordine, nella chiarezza delle regole, in un ambiente educato e paziente

- **Come Trattare la Personalità Gialla ?**

Lasciarla libera di decidere (se possibile) da sola ; la sua loquacità nasconde il desiderio di condividere solo alcuni momenti con i colleghi

- **Come Trattare la Personalità Azzurra ?**

Apprezza coloro che sono pragmatici ed espongono subito i dati richiesti. Selettiva con i colleghi, si stupisce di come alcune persone siano capaci di fare confidenze facilmente. Sconsigliati eccessi di entusiasmo e loquacità

- **Come Trattare la Personalità Rossa ?**

Poiché predilige uno stile comunicativo aperto, è sempre ben disposta alla creazione di rapporti di amicizia e di confidenza anche sul lavoro

COME DIVENTARE ECCELLENTI COMUNICATORI

- Le statistiche rivelano che il 7% della popolazione è monodominante, il 60% è bidominante, il 30% è tridominante e solo **il 3% è quadridominante**. **L'eccellenza comunicativa è nel quadridominante** perché tale personalità è capace di adattarsi allo stile di pensiero e quindi comunicativo di qualsiasi persona
- Per diventare eccellenti comunicatori è necessario allenarsi dapprima nel conoscere se stessi e successivamente nell'acquisire quelle caratteristiche mancanti nella nostra personalità ma presenti nelle altre

PSICOPATICI NEI LUOGHI DI LAVORO

PERCHE' QUESTO TEMA DOVREBBE INTERESSARCI

- Negli ultimi anni ed in particolare dopo l'implosione del sistema capitalistico del 2008, le ricerche scientifiche sui crimini commessi dai *colletti bianchi* (*white collars*) sono notevolmente aumentate evidenziando la loro responsabilità nelle ultime gravi crisi globali da cui non ci siamo più ripresi
- Da questi studi è emerso un dato molto preoccupante del quale non si parla, ovvero che dal 4% fino al 10% di amministratori delegati, dirigenti di organizzazioni economiche, finanziarie, politiche e di altra natura sono psicopatici. Vengono definiti psicopatici quotidiani e psicopatici di successo
- E se il mio cliente fosse uno psicopatico? Essendo gli psicopatici incapaci di avvertire alcun scrupolo ma essendo dotati di strategia tesa a procurar loro potere, successo e vantaggi materiali, potrebbero usarci e trascinarci in un vortice di problemi con conseguenze lesive della nostra immagine e non solo

PSICOPATICI NEI LUOGHI DI LAVORO

ALCUNE CONSIDERAZIONI PRELIMINARI

- E' opportuno precisare che la presenza di tratti psicopatici non si riscontra solo in individui riconosciuti come criminali ma anche in soggetti che agiscono in normali contesti lavorativi come le aziende private e pubbliche
- Da studi e tecniche di neuroimaging (TAC, RMN, PET) emerge che i soggetti psicopatici presentano caratteristiche neurobiologiche differenti rispetto agli altri individui sia per difformità strutturali che funzionali del cervello
- E' stata riscontrata l'associazione tra disfunzione dell'amigdala e psicopatologia ed in particolare un'ipoattivazione dell'amigdala (una per emisfero) che condiziona le loro condotte, precisando che la stessa svolge un ruolo importante nei processi decisionali e motivazionali oltre ad essere coinvolta nella percezione della paura e del pericolo

ALCUNE CONSIDERAZIONI PRELIMINARI

- Premesso che c'è ancora diffidenza nel riconoscere questa patologia nell'ambito della cultura aziendalistica e che, per mancanza di conoscenza essa non viene associata al processo decisionale o comportamentale assunto da certi individui ai vertici dei poteri, va preliminarmente detto che tali soggetti non sono facilmente identificabili e questo a causa della loro **capacità di adattamento** alle più disparate situazioni
- Poiché amano il potere e amano vincere sempre e dato che posseggono spiccate abilità manipolatorie che agevolano la loro ascesa all'interno delle organizzazioni pubbliche e private, per arrivare ad ottenere ruoli importanti usano il fascino, l'inganno, la manipolazione, le persone
- Boddy (2005), descrive per la prima volta la figura degli psicopatici aziendali-organizzativi profetizzando il rischio che costoro avrebbero potuto portare a gravi conseguenze per la società globalizzata

PSICOPATICI NEI LUOGHI DI LAVORO

PERCHE' QUESTO TEMA DOVREBBE INTERESSARCI

- Sottolineando che una diagnosi clinica può essere fatta solo da uno psichiatra, è opportuno cominciare a conoscere alcuni tratti caratterizzanti il comportamento assunto dai soggetti psicopatici a causa dei danni materiali e psicologici che tali individui procurano ai singoli e all'intera società
- Questo perché l'attività che noi svolgiamo ci espone al contatto con i luoghi di potere (economico, finanziario, istituzionale) in cui si registra soprattutto nei ruoli apicali, una concentrazione non trascurabile di soggetti psicopatici
- Robert D.Hare, che ha studiato approfonditamente la relazione tra psicopatia e lavoro-potere, definisce questi soggetti «predatori interspecifici». Egli avverte che la psicopatia può rappresentare addirittura un vantaggio per questi soggetti che ottengono riconoscimenti proprio grazie al fatto di essere insensibili allo stress e alle pressioni, incapaci di costruire relazioni sentimentali profonde, in grado invece di studiare persone e ambiente per identificare chi detiene il potere e affascinarlo con il proprio carisma, sfruttarlo per la scalata al potere per poi abbandonarlo

SIAMO GOVERNATI DA PSICOPATICI?

Tratto da [Nexus New Times](#) n. 97, aprile - maggio 2012

«Ancora nel lontano 1996, *The Independent* pubblicò uno studio condotto dalla psicologa Lisa Marshall, della Glasgow Caledonian University, che elencava le principali caratteristiche di uno psicopatico clinico: egoismo, insensibilità, indifferenza, manipolazione degli altri, mendacia patologica, mancanza di rimorso, tendenza a plagiare il prossimo, superficialità, incapacità di assumersi le responsabilità delle proprie azioni, senso di superiorità molto sviluppato, instabilità psicologica, asocialità, conduzione di uno stile di vita deviante, necessità di costanti stimoli esterni, comportamento parassitario verso il prossimo, problemi infantili alle spalle (quando non un passato da delinquente), obiettivi poco realistici, disordine interiore e promiscuità sessuale. Secondo la Marshall, chi possiede almeno 15 di queste caratteristiche ha un'elevata probabilità di essere uno psicopatico».

MA LA PSICOPATIA COS'E'?

CARATTERISTICHE DELLO PSICOPATICO

- La psicopatia consiste in un disturbo mentale caratterizzato da un insieme di tratti riguardanti carenze nell'ambito affettivo e nelle relazioni interpersonali, nonché in disfunzioni del comportamento (Hare,1988)
- La PLC (Psychopathy Checklist) costituisce il principale test per la valutazione del disturbo e indaga i venti tratti distintivi caratterizzanti il costrutto del soggetto psicopatico. Esse si sostanziano sinteticamente in queste peculiarità:
 - 1) loquacità e fascino personale
 - 2) senso grandioso del sé
 - 3) bisogno di stimoli continui a causa di una propensione alla noia

CARATTERISTICHE DELLO PSICOPATICO

- 4) menzogna patologica
- 5) abilità manipolatorie
- 6) assenza di rimorso o senso di colpa
- 7) affettività superficiale
- 8) insensibilità che si traduce in mancanza di empatia
- 9) stile di vita parassitario nel senso che è incline allo sfruttamento finanziario altrui
- 10) deficit del controllo comportamentale
- 11) attitudini sessuali promiscue
- 12) problematiche comportamentali precoci (prima dei dodici anni)

CARATTERISTICHE DELLO PSICOPATICO

- 13) mancanza di programmazione e progettualità a lungo termine
- 14) impulsività
- 15) irresponsabilità e mancanza di lealtà verso gli altri
- 16) riluttanza nell'accettazione delle proprie responsabilità
- 17) impegno incostante nelle relazioni di coppia
- 18) comportamenti antisociali gravi da adolescente
- 19) violazione della libertà condizionale da adulto
- 20) diversificazione nella commissione di reati da adulto

PSICOPATICI IN AMBITO ECONOMICO-FINANZIARIO

- La società capitalistica è strutturata in modo tale da favorire la scalata sociale dei soggetti psicopatici che hanno una personalità predatoria
- Tra i crimini più diffusi compiuti dai *white collar*, mossi dalla cupidigia e dalla smania di successo personale e troppo spesso impuniti, troviamo la frode, la corruzione, l'appropriazione indebita, l'evasione fiscale, il riciclaggio di denaro, la concorrenza sleale, la pubblicità ingannevole, il falso in bilancio, l'usura, il contrabbando etc...
- Questa criminalità è certamente dannosa per la società ma può diventare assassina sotto due aspetti: perdita di vita umane (incuranza nelle manutenzioni di impianti e infrastrutture, sofisticazioni alimentari, smaltimento illecito di rifiuti tossici, induzione indiretta a suicidio per motivi economici) ed è ancor più criminale perché uccide il senso di fiducia e di responsabilità sociale ed individuale minando la stima nei confronti delle istituzioni e inducendo le persone al mancato rispetto delle regole

DOVE C'E' IL POTERE, CI SONO PSICOPATICI

Prof. HUGO MARIETAN (specialista in psicopatica)

- Riportiamo un passaggio tratto da un'intervista al Prof. Marietan: **<<Come distinguiamo facilmente un politico psicopatico? Quali caratteristiche possiede?>>**
- **R.:** *<<Lavora sempre per sé stesso, anche quando dice il contrario. Tende a occultare quest'ambizione con obiettivi sovranazionali, quali la sicurezza, la patria, la povertà, la rivoluzione, ecc. È un bugiardo e può anche fingere di essere sensibile, e le persone gli credono più e più volte, perché sa essere molto convincente. Un dirigente qualsiasi sa che deve svolgere le sue funzioni durante un determinato periodo di tempo. Svolta la sua missione, se ne va. Lo psicopatico, invece, una volta che si trova in cima, non ce lo toglie più nessuno: vuole starci una, due, tre volte. Non rinuncia al potere, meno che mai lo delega. Un'altra caratteristica tipica è la manipolazione che attua sulle persone. Intorno al dirigente psicopatico si muovono gli ossequiosi: persone che, sotto l'incantesimo del suo effetto di persuasione, sono capaci di fare cose che in altre situazioni non farebbero. E possono essere anche persone molto intelligenti>>.*

ALCUNI ESEMPI DEI COMPORTAMENTI ASSUNTI DA **PSICOPATICI** SUI LUOGHI DI LAVORO

Le ricerche hanno riscontrato che le condotte criminali sono principalmente commesse da persone di genere **maschile** appartenenti a classe sociali elevate o classi medie caratterizzate da un buon livello di istruzione (Alalehto, 2015)

- Devono avere tutto sotto controllo e arrivano a violare la privacy dei sottoposti (supervisione abusante)
- Se sono contraddetti o criticati diventano vendicativi e meschini
- Proiettano sugli altri il loro senso di superiorità (ego ipertrofico) facendoli sentire inferiori mediante atti di svalutazione e di discredito, soprattutto se le persone che vogliono colpire sono brave e stimate nel loro lavoro
- Assumono atteggiamenti impulsivi e vogliono tutto e subito
- Manifestano assenza di senso morale e di responsabilità civile

ALCUNI ESEMPI DEI COMPORTAMENTI ASSUNTI DA **PSICOPATICI** SUI LUOGHI DI LAVORO

- Non si preoccupano delle conseguenze delle loro azioni fino a risultare quasi indifferenti alle conseguenze (punizioni)
- Privi d'ansia e di stress, posseggono un elevato tasso di autocontrollo
- Aggressivi e violenti non tanto fisicamente ma anche e soprattutto verbalmente, assumono condotte che umiliano gli altri (bossing, mobbing) quando qualcuno può diventare per loro una minaccia o non è ossequioso
- Simulano emozioni che in realtà non provano per convincere gli altri che sono sensibili (hanno imparato che questo funziona)
- Sono irriconoscenti anche se possono imparare a dire grazie
- Hanno sempre ragione loro
- Sono inaffidabili e cambiano idea spesso mentendo spudoratamente

ALCUNI ESEMPI DEI COMPORTAMENTI ASSUNTI DA **PSICOPATICI** SUI LUOGHI DI LAVORO

- Possono addirittura arrivare a provare piacere per il dolore altrui
- Senso di arroganza e grandiosità
- Sono esseri divisi (creano divisioni, malumori, tensioni e clima negativo)
- Pronti a biasimare gli altri per gli errori o per il lavoro incompleto
- Non si espongono direttamente (mandano avanti gli altri) per poi aggiudicarsi i meriti o condannare gli altri per eventuali insuccessi
- Turnover importante e assenteismo elevato
- Tutti devono sottostare alla loro tirannia anche se ben celata
- Casi rari: se minacciati di essere scoperti rispetto al loro piano criminale, possono trasformarsi da white collar in red collar (ruoli dirigenziali importantissimi con alto livello di psicopatia)

SUGGERIMENTI PER LA COMUNICAZIONE CON UN SOGGETTO PSICOPATICO

- A causa della diffidenza culturale nel riconoscere questa patologia per la quale non si conoscono le risposte comunicative adeguate da assumere e auspicando che un comportamento resiliente possa limitarne le nocive implicazioni, si suggeriscono alcune condotte da adottare qualora incontrassimo un soggetto psicopatico:
- Come possiamo difenderci? R) SE SI PUO', ALLONTANARLO DA NOI ANCHE SE PERDIAMO L'INCARICO
- E se non possiamo allontanarlo? R) NON PERDERE LA FIDUCIA IN NOI STESSI, MOSTRANDOCI PADRONI DELLE NOSTRE EMOZIONI, FORTI E RISOLUTI
- E se si mostra amichevole con noi? R) EVITARE CONFIDENZE E CERCARE DI NON MOSTRARE I NOSTRI PUNTI DI DEBOLEZZA

IL VENTO STA CAMBIANDO ? IL GREAT RESET DELLA PROFESSIONE



**VERSO UN NUOVO
ORDINE MENTALE:
NEUROCOMUNICAZIONE,
CONSAPEVOLEZZA,
GESTIONE DEI CONFLITTI,
AUTOSTIMA, RESILIENZA,
LEADERSHIP
TRASFORMAZIONALE,
RISPETTO, RELAZIONI
AMOREVOLI E
ETICHE.....per migliorare
sempre più come persone
e come professionisti**