L’Italiano che non capisce …

Un italiano su tre è analfabeta funzionale, ovvero non capisce quello che legge.

Siamo i peggiori in Europa, ça va sans dire.

Però non ci dobbiamo meravigliare, questa è una conseguenza di un percorso socio-educativo che dura da 50 anni; non diamo la colpa ai social perché quelli esistono in tutti i paesi, compresi quelli in cima alla graduatoria.

E allora? come abbiamo fatto ad arrivare a questo bel risultato?

Beh, una ragione c’è, e si chiama la via più breve.

La via più breve assieme a *abbiamo sempre fatto così* sono le locuzioni verbali più dannose ed infettive che il nostro paese abbia mai subito, dal dopoguerra ad oggi.

La prima è una mortale tendenza *elucubrativa* che è stata inculcata nella testa degli italiani sull’altare della cosa più veloce.

Anni di televisione ci hanno insegnato che la cosa più veloce è la migliore, ma non solo la tv, tutto il nostro modo di vivere dell’ultimo trentennio ha visto nel risparmio di tempo una sorta di premio divino, quasi che a risparmiare tempo si facesse la strada verso il paradiso.

Che poi, ma cosa ci abbiamo fatto con tutto il tempo che avremmo risparmiato?

Se siamo, come siamo, i più stupidi d'Europa il tempo risparmiato lo abbiamo proprio buttato.

Dove è il Vulnus educativo?

In cosa abbiamo fallito?

Le risposte son tante, ma credo che ci sia una verità diffusa in tutte le risposte che è legata a due temi principali: l'incapacità di approfondire gli argomenti e la collegata incapacità di vederne l'utilità.

Ripercorriamo la storia del processo educativo delle nuove generazioni soffermandoci a osservare che la specializzazione è stata spostata sempre più verso il basso, ovvero prima si studiava per capire e per avere una visione completa fino almeno a 18 anni, calcolando che già da 14 si sceglieva comunque un "indirizzo", licei o scuole tecniche (ma negli indirizzi anche tecnici c'era ancora un filone umanistico, storico e filosofico importante).

Dopo il percorso era o universitario o lavorativo, ma comunque entrambi i mondi riconoscevano e davano valore alla formazione fatta.

Oggi invece i percorsi di specializzazione entrano già nella scuola primaria, ma fatto ancor più grave nessun mondo aspetta i nostri giovani per riconoscergli il percorso fatto, infatti il valore del titolo di studio è oggi pari alla carta straccia, se non per un valore etico personale che però è anche questo ai minimi termini.

In parole povere la scuola non aiuta più i giovani a costruirsi un modello interpretativo oggettivo e personale lasciando l'esercizio della comprensione agli strumenti esterni all'individuo che diventa pertanto soggetto estremamente influenzabile.

"La scarsa considerazione che la nostra classe politica e in particolare quella più recente riserva all'istruzione, all'università e alla ricerca è la conseguenza del basso livello culturale della gran maggioranza degli eletti in Parlamento." Margherita Hack.

Un punto significativo è anche il fatto che coltivare l'ignoranza è un sistema di controllo delle masse: ma l'ignoranza subdolamente non è non sapere le cose, ma non capirle.

Oggi siamo proprio in questa situazione, non capiamo le cose perché negli ultimi anni non ci sono stati dati gli strumenti per farlo, ed ancora di più siamo stati drogati con una droga che è la più pericolosa di tutte, perché si nasconde nella saturazione delle informazioni, ovvero la finta libertà di una democrazia che in realtà non lo è affatto.

Infatti oggi crediamo di essere liberi ma siamo nella peggiore delle prigioni, perché viviamo in un iperuranio di informazioni senza lo strumento per discernere quelle buone da quelle cattive e, in aggiunta, senza che nessuno ci abbia fatto capire la qualità degli strumenti che ci portano questa marea di informazioni e nozioni.

Ma come è potuto succedere tutto questo?

possibile che nessuno abbia avuto il benché minimo sospetto?

Come dicevamo all'inizio è stata utilizzata la fregatura della *via più breve.*

Ma cosa è questa via più breve in realtà?

Beh, in parole povere, è la convinzione che lo stato ci ha inculcato negli anni che esistesse una via più breve per fare le cose.

L'esempio più simpatico che posso farvi è quello dei telequiz: da un rischiatutto ai pacchi.

Da: devi sapere le cose e se le sai vinci, a: se hai fortuna puoi vincere.

Ovviamente semplifico, ma tutto passa per la via più breve.

Anche nella scuola non si boccia più nessuno, la via più breve; nell'università c'è la triennale, la via più breve; vuoi fare il giornalista apriti un blog, la via più breve; votate noi perché siamo meglio degli altri, la via più breve insomma abbiamo avviato il tutto per non fare più fatica, con nulla.

Le materie umanistiche sono inutili, certo perché costringono ad un ragionamento più autonomo che quelle scientifiche, rette invece da regole ben precise, la via più breve.

Nella scuola storia, filosofia, lettere, hanno perso terreno, volutamente, mentre le materie tecniche sono state impostate molto in modo mnemonico.

Ovvero il libero pensiero, quello cioè che ci permette di ragionare sulla realtà, di confrontare quello che accade con quello che è già accaduto, è ormai morente.

Per non parlare poi della capacità di astrarre i fatti per trasformarli in valutazioni, della capacità di analizzare una notizia per verificarne la sussistenza, della capacità di valutare chi governa sulla base della verità, del comportamento, della coerenza, del bene fatto al popolo ed alla nazione.

Il vero problema è drammatico: se chi ci governa è un italiano che non capisce perché è analfabeta funzionale, non cambierà mai nulla ed allora il baratro è vicino, se invece chi ci governa ha ben presente la cosa allora è uguale, perché questa situazione è stata voluta e cercata proprio da lui, con leggi ottuse, con l'impoverimento della scuola e dei sui metodi educativi, con l'assurda mortificazione della classe docente di questo paese e di conseguenza della scuola tutta.

Solo una scintilla di consapevolezza che scoppiasse nella testa del popolo, che illuminasse anche poco la mente ottenebrate dell'italiano che non capisce, potrebbe salvarci, si perché l'italiano ha dentro di sé i germi della sua grande storia, sono solo sommersi da un mare di immondizia pseudo culturale, che forse un poco di luce spazzerebbe via.

Ecco perché continueremo a scrivere queste cose, nella speranza di una luce.

Queste parole sono dirette all'italiano che non capisce, ma anche a quello che ancora capisce qualcosa, perché in lui la colpa di tutto questo è ancora più grave!

Svegliati o popolo Bue, perché il tuo giogo oggi non serve più l'aratro della fertile terra, ma l'oscura notte dell'ignoranza!

.

Carismi anche tu?

Come redazione di betapress lo abbiamo chiesto a Barbara Suigo, autrice del manuale, **Interviste Carismatiche – come fare delle interviste carismatiche e far crescere la tua reputazione digitale"**, che è il primo libro di una **trilogia** – unica, attualmente in Italia – interamente dedicata al

carisma, se si è o si diventa carismatici?

Pensavamo fosse facile avere una risposta, ma ci si è aperto un mondo.

Come? Vediamolo insieme.

Betapress– Dott.ssa Suigo, per i nostri lettori, un ‘esperta di comunicazione come Lei, di che cosa si occupa precisamente?

Suigo– Conseguita la Laurea in Lingue e Comunicazioni, ho lavorato per aziende italiane ed estere occupandomi, sostanzialmente, di gestire il flusso della comunicazione, in entrata ed in uscita.

Nel tempo, ho approfondito **l’*intelligenza linguistica***, una disciplina strategica ai fini dell’eccellenza nella comunicazione, eppure ancora così poco esplorata anche tra i Communication Manager anche affermati.

Mi sono inoltre dedicata anche alla formazione in ambito di soft skills, ovvero tutte quelle competenze trasversali definite “soft” che chiamano in causa gli strumenti dell’intelligenza linguistica, di quella emotiva, sociale e relazionale, perché la comunicazione con l’altro possa essere efficace, armoniosa, persuasiva e rispettosa.

Betapress– Nel suo libro parla di Arte del Carisma. Di cosa si tratta?

Suigo-La mia passione per l’intelligenza linguistica mi ha portato, negli anni, ad interessarmi all’**Arte del Carisma**, un tema che, diversamente dal mondo anglofono, non

è stato ancora così ben esplorato in Italia.

Il carisma, infatti, viene spesso confuso con lo stile, con il fascino e con il fare colpo: nulla di tutto ciò.

Betapress– Lei parla di Intelligenza Linguistica. Cosa significa e cosa ci insegna?

Suigo– La prima cosa che l'intelligenza linguistica ci insegna è che essenziale andare a ricercare il significato delle parole, la loro etimologia e la loro radice più profonda perché *le parole*, per citare il celeberrimo **Sigmund Freud**: "*… erano originariamente incantesimi, e la parola ha conservato ancora oggi molto del suo antico potere magico…* ***Le parole suscitano affetti e sono il mezzo generale con cui gli uomini si influenzano reciprocamente…".***

Siamo dunque in un territorio magico e potente: quello delle parole.

Betapress– Allora qual è l'etimologia della parola Carisma?

Suigo– Il carisma deriva dal greco "cháris" che sta ad indicare un dono, una grazia, una parola dunque preziosa che andrebbe custodita ed usata con ponderazione, con cura, con discernimento.

Il carisma è quindi un dono di grazia.

Chi lo possiede è in grado di modificare positivamente l'ambiente, portando una vera e propria trasformazione in un'ottica

virtuosa, creando intorno a sé una sorta di "campo"; campo in cui si crea condivisione di alti valori comuni, campo in cui nasce risonanza fra il portatore del "dono" e coloro che ruotano nel suo perimetro, più o meno ampio.

Betapress– Qual è il rapporto tra carisma e valori?

Suigo– Carisma e valori, dunque, **vanno a braccetto**, valori tra cui spicca l'integrità della persona e il suo sapersi mettere letteralmente al servizio dell'altro.

Esattamente quello che fecero persone come **Gandhi, Nelson Mandela, Martin Luther King, Madre Teresa**, canonizzata poi in Santa Teresa di Calcutta.

Sono loro i grandi simboli universali del carisma.

Betapress– Un uomo di valore che domande si pone per essere carismatico?

Suigo– Robert Dilts, uno fra i più grandi esperti di carisma al mondo, afferma: *"I santi hanno qualcosa da insegnare anche alle aziende: la storia, infatti, dimostra che* ***i santi incarnano un valore che, oggi, è trascurato da molti manager, ed è la dedizione ad un fine più alto dei propri interessi personali.***

I leader spirituali, infatti, non puntano ai risultati di breve termine oppure ai vantaggi

contingenti. Sono spinti da una visione che guarda lontano, una visione che risponde a domande superiori quali ***"Che contributo voglio dare al mio gruppo, alla comunità, al mondo intero?" oppure "Quale eredità voglio lasciare?""*****.**

(nota: le parole sono tratte dall'intervista di Raul Alvarez a Robert Dilts, sulla rivista Media Key: https://www.mediakey.tv/fileadmin/assets/img/MK283/MK283-ROBERT_DILTS.pdf).

Betapress– Allora chi è un leader carismatico?

Suigo– Partendo da queste riflessioni che chiamano in causa una scala di valori di altissimo livello, mi sono dunque chiesta se l'utilizzo della definizione di "leader carismatico" per un manager, fosse realmente appropriata o se bastasse, semplicemente, definirlo leader, sulla scorta della riflessione di **Philip Kotler:** ***"Molti ritengono che i leader debbano avere carisma. Tuttavia, per essere efficaci non occorre carisma. Molti grandi leader non si affannano a costruirsi un'immagine carismatica; sono amabili, spesso semplici, e mostrano un reale interesse per clienti e dipendenti"*****.**

La mia **esperienza professionale diretta**, a contatto con diversi manager con cui ho collaborato, è andata, invece, **in una direzione diametralmente opposta e**

contraria a tutto ciò: ho spesso avuto a che fare con i cosiddetti " leader dissonanti" – per citare Daniel Goleman, il padrino dell'intelligenza emotiva – manager contrassegnati dall'incapacità di gestire il flusso delle proprie emozioni che confluivano in subitanei scatti d'ira senza controllo, con accuse ad hominem nelle quali veniva toccata e pesantemente violata l'identità della persona, uno fra gli errori più comuni e, contestualmente, gravi e fuorvianti che ho visto commettere.

Più approfondivo i miei studi e le mie ricerche, più scoprivo che il "**leader dissonante"** – e dunque nulla carismatico – era una **figura molto presente e radicata in tante realtà aziendali, causa primaria di disagio, insoddisfazione e sofferenza**.

Mi sono dunque messa alla ricerca di grandi manager che, contrariamente al dire comune, cantassero fuori dal coro e fossero, essi stessi, gli esempi viventi di quella scala di valori a cui accennava Robert Dilts, parlando di "santi e manager".

Betapress– Quali Leader carismatici ha incontrato?

Suigo– Ho così fatto l'incontro sincronico con **Marco Pesaresi** (allora **Direttore**

Commerciale di Coca Cola Italia, ora **Direttore Generale di Ferrarelle**) e di **Marco Mossuto**, attuale **Direttore HR** del famoso cioccolatificio **Lindt.**

Il loro garbo estremo, la loro gentilezza nell'eloquio e la loro indiscussa umiltà ed umanità mi hanno portata a indagare questi tratti carismatici e a chiedere loro di farsi intervistare, in un'**intervista** che fosse, tuttavia, molto lontana dall'ordinario, che nemmeno toccasse gli argomenti consuetudinari per i quali un grande manager viene normalmente intervistato, ma **che mettesse al centro della loro managerialità i loro valori, il loro mettersi al servizio dell'altro, la loro integrità e di come tutto questo impattasse positivamente nelle aziende presso le quali operavano.**

Da lì in poi, ho fatto una serie di altri incontri con manager portatori dei valori del carisma: **Giampaolo Grossi** (**General Manager Starbucks Italia**), **William Griffini** (**CEO Carter & Benson**), **Antoine Mangona** (**CEO SAATI**), **Sergio Borra** (**CEO Dale Carnegie Italia**), **Marcello Mancini** (**CEO Performance Strategies**), **Milena de Padova** (**HR Director Regal Beloit Italy**) ed altri virtuosi capi di impresa e pensatori di spessore le cui interviste sono visibili sul canale YouTube chiamato "The School of Charisma".

Betapress– Dott.ssa Suigo, questa è la genesi del suo libro?

Suigo– Sì, da queste interviste che hanno riscosso un certo apprezzamento, in primis, dagli intervistati stessi per la modalità con le quali sono state realizzate, nasce dunque l'idea, proposta da Wide Edizioni, di scrivere un manuale, **"Interviste Carismatiche – come fare delle interviste carismatiche e far crescere la tua reputazione digitale"**, che è il primo libro di una **trilogia** – unica, attualmente in Italia – interamente dedicata al **carisma**.

Betapress– E le finalità del libro, quali sono?

Suigo– Interviste Carismatiche" (https://amzn.to/3jTKuX0) nasce dunque, come dicevo, dall'apprezzamento ricevuto, prima di tutto, dagli intervistati stessi, alcuni dei quali hanno definito la preparazione all'intervista un momento di riflessione profonda.

Betapress– Dott.ssa Suigo, che cosa avevano, di diverso dalle altre, queste interviste che questi Manager le avevano rilasciato?

Suigo– In primo luogo, come già accennato, **ho deliberatamente chiesto loro di *spostare il focus dalle loro competenze manageriali ai loro valori umani* che diventavano, dunque, fondanti e centrali e che fossero questi i veri protagonisti**

del loro successo.

Questo spostamento del baricentro ha obbligato entrambi (me e loro) a formulare, da una parte, una serie di domande che fossero completamente diverse rispetto a quelle che di solito venivano fatte loro, mettendo dunque i miei intervistati nella condizione di aprirsi ai loro valori più profondi, pur mantenendo un'elevatissima misura della loro professionalità.

In secondo luogo, per realizzare delle "*interviste carismatiche*" che facessero la differenza rispetto al mare magno di interviste circolanti su YouTube, ho studiato e, successivamente, utilizzato, le strategie di quei grandi intervistatori che lo fanno su scala mondiale e con un successo senza precedenti: **Oprah Winfrey**, per esempio. **Un'intervista, infatti, perché acquisti valore, dev'essere un momento di scambio intenso tra l'intervistato e l'intervistatore, una sorta di danza a due**, laddove l'intervistatore, esattamente come insegna la grande Oprah, saprà abilmente mettere in campo una **serie di strumenti** che vanno dal **tono della voce**, alla **postura**, all'**ascolto** e allo **sguardo carismatico**, passando dalla magia della **scelta delle parole giuste**.

Senza dimenticare l'**abbigliamento** e l'**ambientazione fisica** in cui si svolge l'intervista.

Betapress–Il libro si propone come un manuale, perché?

Suigo– Manuale **perché offre un insieme di strategie mutuate alla psicologia, all'intelligenza linguistica** ed a tutti miei studi fatti in tema di **comunicazione efficace**, per **ottenere un'intervista unica, con degli intervistati entusiasti e di altissima levatura umana e professionale e, in ultimo, con un investimento minimo in termini di tecnologia e infrastrutture.**

Beh, allora, cari lettori, scusate se è poco…

Per fortuna che, noi di betapress, volevamo solo saper se il carisma è un dono di natura o di cultura…

Le sorprese di Barbara Suigo (e del suo carisma!) non sono finite qui.

Allora, appuntamento alla prossima, perché, finora non abbiamo ancora capito se carismatici si nasce o si diventa…

¥ Antonella Ferrari
Cronista Redazione Piemonte Betapress