

La pragmatica delle Comunicazione Strategica



Le parole in origine erano magiche. Sigmund Freud e Steve De Shazer hanno non a caso ripreso dalla Bibbia questa affermazione.

Le parole e i gesti hanno un enorme potere e pressoché infinite possibilità: consolano, liberano, suggestionano, ristrutturano ma possono anche ferire, provocare, offendere, umiliare.

Insomma “le parole sono pallottole”, direbbe Wittgenstein, sono in grado tanto di fare male quanto di sanare.

Le parole sono il veicolo principale del nostro comunicare, come già indicava Protagora, **per noi l’abile e attento uso del linguaggio rappresenta, come il bisturi per il chirurgo**, ciò che permette di asportare il male dalla mente e dallo spirito, di guidare le persone persuadendole e di migliorare la nostra relazione con gli altri.

Il ben noto “**Primo assioma della pragmatica della comunicazione**”, (Watzlawick et al, 1971), recita:

<Non si può non comunicare. Tutto ciò che una persona fa, assume un valore comunicativo, anche il silenzio, pure l’assenza... ovvero, anche ciò che si fa per evitare di comunicare in realtà ha un effetto comunicativo.>

Ne consegue che **la comunicazione mai è innocua, mai è neutra poiché sempre produce influenzamento.**

Usare certe parole anziché altre, porta le persone ad assumere un diverso atteggiamento; proporre il discorso in un certo ordine, modifica la visione su quanto esposto; celare alcuni argomenti e mostrarne altri, garantisce di condurre gli interlocutori a schierarsi per una specifica posizione.

La diretta conseguenza è che non solo non si può non comunicare, ma non si può neanche non influenzare od essere influenzati.

I nostri gesti e le nostre parole, che lo vogliamo o no, hanno un effetto sugli altri e lo hanno anche su noi stessi.

Pertanto abbiamo solo due alternative: o lasciamo agli altri o al caso il potere della nostra comunicazione oppure scegliamo di gestirla in prima persona e in modo strategico.

La pragmatica della comunicazione quarant’anni dopo dunque sta a significare creare la possibilità concreta di raggiungere gli obiettivi prefissati nella maniera più efficace ed efficiente. Ma questo per funzionare al meglio necessita la costruzione di una interazione con l’altro creata per l’appunto dal sapiente uso del linguaggio verbale e non verbale, ove lo scopo sia la vittoria congiunta.

Ovvero, o si vince entrambi o si perde entrambi, quando il contatto interpersonale prevede il raggiungimento di un obiettivo, soluzione di un problema il miglioramento di una situazione o il cambiamento strategico.

La comunicazione strategica è per sua essenza dialogica mai dialettica, nella dialettica si oppongono le tesi e vince la più forte, nella dialogica c’è un incontro e uno scambio tra intelligenze ed individualità che conduce al raggiungimento dello scopo come qualità emergente dello scambio tra gli interlocutori.

PROGRAMMA

Registrazione dei partecipanti ore 9.30 -10.00

Mattina Ore 10.00 – 13.00

- Passare dal linguaggio indicativo al linguaggio performativo
- Danzare tra linguaggio logico e analogico
- L’arte delle domande strategiche
- Parafrasare ristrutturando
- Gestire la comunicazione non verbale: saper dosare la mimica, la prossemica
- Utilizzare lo sguardo creando suggestione e fascinazione
- Rendere musicale il proprio eloquio
- Far risuonare tra toni e suoni della propria voce.
- Creare armonia tra contrasti delle ridondanze dissonanze e assonanze

Pomeriggio Ore 14.30 – 17.30

- La comunicazione duale, verso il gruppo, verso la folla
- Acquisire la capacità di adattare la propria comunicazione alle differenti persone contesti e situazioni
- La comunicazione con se stessi: il dialogo interno strategico
- Il linguaggio scritto e il linguaggio parlato
- La struttura dell’argomentazione
- La comunicazione via mail
- Comunicare per spot o estensiva
- Carisma e comunicazione

METODOLOGIA

La giornata, basata sul “learnig by doing”, privilegerà gli aspetti esperienziali così da testare la efficacia della comunicazione strategica.

Verrà quindi dato ampio spazio alla sperimentazione, attraverso esercitazioni pratiche, dove i partecipanti potranno richiedere la supervisioni di casi reali e presentare problemi. Ciò consentirà ai partecipanti di sperimentare direttamente su se stessi le reali potenzialità del Modello strategico.

“La comunicazione non è forma ma sostanza.

Può risolvere problemi e creare opportunità”

INFORMAZIONI GENERALI

Il **workshop è aperto** a chiunque voglia apprendere l'arte della comunicazione.

Date di svolgimento: 18 Febbraio 2012

Sede: HOTEL CORONA D'ORO "Sala Asinelli"

Via Oberdan, 12 - BOLOGNA

Tel. +39 051 745 76 11

Orario: Ore 10.00 – 17.30

Quote di partecipazione

Quota individuale: € 250 + I.V.A.

Riduzione studenti e affiliati STC: € 200+ I.V.A

Riduzione studenti universitari: € 100 + I.V.A.

Adesioni: Inviare la scheda per l'iscrizione unitamente alla quota di partecipazione (o alla ricevuta del versamento effettuato) e ai dati per la fatturazione ai seguenti recapiti:

email: cs@problemsolvingstrategico.it

fax. +39 0575 350277

posta ordinaria: STC S.r.l. , Piazza S. Agostino,11 - 52100 Arezzo

*** Le adesioni saranno accettate sino all'esaurimento dei posti nella sala. Le iscrizioni pervenute dopo l'esaurimento dei posti saranno respinte.*

Annullamento Adesioni: Le adesioni possono essere disdette solo per iscritto e devono pervenire alla segreteria entro **20 giorni** prima dell'inizio del corso. Le cancellazioni fatte dopo tale data *non saranno rimborsate.*

PER INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

Riccardo Falsetti - Responsabile Organizzativo STC

cs@problemsolvingstrategico.it

Tel. +39 0575 350240 Cell: +39 347 5321458

Per saperne di più

www.centrodiaterapiststrategica.org

www.changestrategies.org

GIORGIO NARDONE



Fondatore, insieme a **Paul Watzlawick** del Centro di Terapia Strategica di Arezzo (C.T.S), dove svolge la sua attività di psicologo, psicoterapeuta, didatta e coach.

Considerato l'esponente di maggior spicco della **Scuola di Palo Alto**, ha inventato decine di tecniche innovative e protocolli specifici di trattamento attraverso i quali è giunto a finalizzare **due personali Modelli** di intervento: la **Terapia Breve Strategica®**, per il trattamento di gravi patologie psichiche e comportamentali ed il **Problem Solving & Coaching Strategico®**, che si distingue per la sua capacità di intervento nelle situazioni in cui la razionalità e le tecniche ordinarie non funzionano, sia per la soluzione di problemi in ambito aziendale che per il raggiungimento di obiettivi o per il miglioramento di una performance manageriale o sportiva.

Dirige la **Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica del C.T.S.**; Direttore Scientifico della **Scuola di Specializzazione in comunicazione e problem solving strategico** oltre che della società "**S.T.C. Change Strategies**" con la quale ha svolto numerose consulenze e progetti formativi per aziende ed istituzioni.

Autore di 28 opere tradotte in molte lingue straniere, dirige per Ponte alle Grazie la Collana: "**Saggi di Terapia Breve**".

Da oltre venti anni tiene conferenze e seminari in tutto il mondo

Oggi, tale suo contributo scientifico e applicativo rappresenta, non solo un modello applicativo ma una vera e propria "**scuola di pensiero**" internazionalmente riconosciuta alla quale si ispirano studiosi, terapeuti e manager.

Bibliografia di riferimento al workshop

Problem Solving Strategico da tasca, Nardone G., Ponte alle Grazie, Milano 2009

Cambiare occhi toccare il cuore, Nardone G., Ponte alle Grazie, Milano 2007

Solcare il mare all'insaputa del cielo, Nardone G., Ponte alle Grazie, Milano 2007

Guardarsi dentro rende ciechi, Watzlawick P., Ponte alle Grazie, Milano 2007

Il dialogo strategico, Nardone G., Alessandro Salvini, Ponte alle Grazie, Milano, 2004

Cavalcare la propria tigre, Nardone G., Ponte alle Grazie, Milano, 2003

L'arte del cambiamento, Nardone G., Paul Watzlawick, Ponte alle Grazie, Milano, 1990

Il linguaggio del cambiamento, Watzlawick P., Feltrinelli, Milano, 1981

Pragmatica della comunicazione umana, Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson Don D., Astrolabio, Roma, 1971



S.T.C CHANGE STRATEGIES®

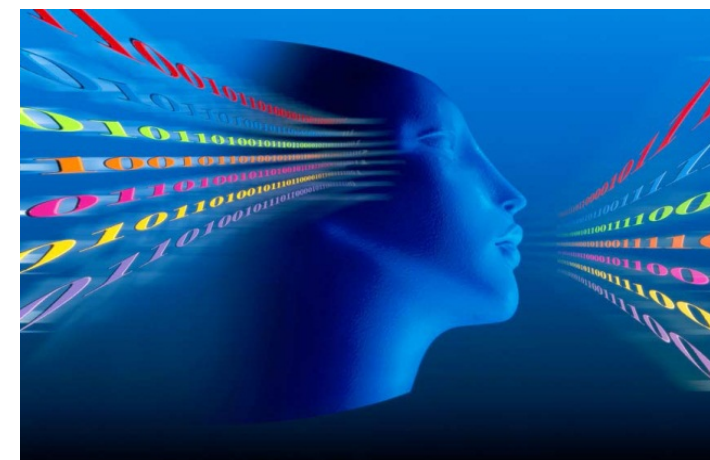
RESEARCH & DEVELOPMENT, TRAINING AND CONSULTING INSTITUTE

TRAINING SCHOOL IN BRIEF STRATEGIC THERAPY

SCHOOL OF MANAGEMENT IN STRATEGIC PROBLEM SOLVING, COACHING AND COMMUNICATION

WORKSHOP DI FORMAZIONE CON

Giorgio Nardone



**La Pragmatica della
Comunicazione Strategica**

Coinvolgere, Convincere

Guidare e Curare

Bologna

Sabato 18 febbraio 2012