



Studio Cesaro

Laboratorio per la Formazione
e lo Sviluppo della Cultura nelle Imprese



LE EMOZIONI NELLA VITA E NEL LAVORO:

UNA QUESTIONE UMANA CHE FA LA DIFFERENZA

*PADOVA, Corte Benedettina,
12 APRILE 2005*

Il tema relativo allo studio delle EMOZIONI ha caratterizzato il primo incontro formativo del Percorso di Sensibilizzazione degli Operatori del Mondo del Pulito, organizzato da PULI di Padova per il 2005.

Un *percorso storico e scientifico del mondo delle emozioni*, unitamente a *riflessioni e collegamenti con la pratica quotidiana* di chi opera nel settore del pulito, è stato affrontato dal **Prof. Fabio Romano**, giudice di pace, avvocato penalista e professore di filosofia, affiancato dal **Dott. Franco Cesaro**, formatore e consulente aziendale, nonché docente di Psicologia Sociale all'Università degli Studi di Verona.

*“Già essere qui è emozione.
E' emozione sapere che si parte per un viaggio.
E' emozione sapere di non sapere tutto, e gioirne”
(F. Romano)*

Perché parlare di emozioni agli operatori del settore del pulito?

MOTIVAZIONI CHE HANNO CONDOTTO ALLA SCELTA DEL TEMA

L'incontro sulle emozioni si inserisce nel percorso che ha toccato “il futuro e la sopravvivenza delle aziende”, le “risorse umane”, “l'etica di impresa”, la “visione olistica del mercato”.

Ci si potrebbe quindi interrogare sul perché della scelta di parlare di emozioni ad una audience di imprenditori del settore pulito; una possibile risposta potrebbe essere ritrovabile nel fatto che *mai come adesso si rivela importante avere le idee chiare nell'orientamento strategico delle aziende*. Le aziende sono fatte di persone. Le persone vivono di emozioni.

Nel mercato, nella vita di azienda, nelle esperienze personali di tutti i giorni gli individui sono soggetti a fortissime pressioni emotive. Conoscerne l'origine e le caratteristiche determinanti, significa riuscire ad avere elementi di comprensione di noi stessi, delle nostre reazioni, delle nostre relazioni .

Razionalità ed emozioni nell'agire dell'individuo: Logos ed Eros

Il nostro viaggio di riflessione può avere inizio da una domanda di fondo, "immensa".

Ci si chiede cioè in *base a che cosa l'uomo operi le proprie scelte, decida il proprio agire*.

Il **primo bisogno dell'uomo** sembra essere quello di uscire dal dis-ordine (Kaos) per muoversi verso l'ordine (Kosmos). Questo **moto** è insieme **affettivo ed emotivo**.

Ricordiamo che il termine E-MOZIONE deriva dal Latino "ex motu", cioè "ciò che ci muove". Le nostre emozioni si trasformano in affetti, in sentimenti.

Quali sono i motori che avviano il generarsi di questi moti interiori?

Potremmo dire che siamo mossi da due "motori".

Un **motore** è il "sistema logico", quello della **razionalità**, del pensiero scientifico, dimostrabile, misurabile. **Il Logos**. E' il "motore diurno, solare". Apollo.

C'è poi il **motore ombra**, quello delle **emozioni**, quello sommerso, meno spiegabile, non misurabile.

Eros. Dioniso, Bacco.

Il mondo di Dionisio è buio, notturno, rappresenta la sfera delle emozioni . E' un mondo poco indagato, affidato alla sensibilità di poeti, musicisti, artisti. Il mondo delle idee, il Logos, è condizionato fortemente dall'Eros.

Si direbbe che il sistema di concettualizzazione razionale non sia altro che un sottoinsieme di un mondo più ampio, quello delle emozioni. In fondo, siamo esseri in relazione per cui risulta fondamentale la comprensione dei meccanismi che ci muovono e muovono l'altro.

Economia e agire dell'uomo nelle relazioni

La *Neuroeconomia* (Antonio Damiano) è un esempio di come si sia spostata l'attenzione negli ultimi anni dal piano puramente "numerico" a quello delle implicazioni relazionali dei fenomeni anche economici. L'economia è, tutto sommato, legata al bisogno di felicità dell'uomo, un bisogno eminentemente emotivo. Non bastano le astrazioni (Capitale, lavoro) per spiegare l'economia. Ci dobbiamo occupare di *Uomini in relazione*, esseri in carne ed ossa.

Gli imprenditori, i "trascinatori", le guide del processo di sviluppo economico, sono chiamati in causa. Sono i promotori del cambiamento, più vicini ai poeti e agli artisti che alla logica euclideo/cartesiana

Il motore ultimo dei nostri spazi di senso e dei nostri valori è frutto delle nostre pulsioni emotive. Sul piano della comunicazione non si tratta di CONVINCERE, ma piuttosto di PERSUADERE, superando la "violenza" implicita nel con-vincere.

Scatole cinesi

Vale la pena di riflettere su alcune finestre di attualità che ben spiegano come è pervaso di emozioni il nostro mondo contemporaneo:

- le emozioni suscitate dalla morte del Papa: ha trasmesso come vive e come muore un cristiano, un uomo.
- Il “sentimento del sacro”, condiviso dai tempi più antichi, inspiegabile, dalla Valcamonica al Dalai Lama
- Il “sentimento della Giustizia” o del “Bello”
- I Crack finanziari e il ruolo dell'emozione come motore decisionale che porta a far fluttuare aziende e borse
- Il Mobbing nelle aziende

Gestire e conoscere l'emozione nel mondo del lavoro

Nuovi quesiti affollano la nostra mente, dopo aver messo a fuoco i primi concetti relativi all'e-mozione.

Qual è l'equilibrio tra sfera razionale ed emotiva?

Come può un imprenditore discernere tra l'uso della “persuasione” e quello del “convincimento”?

Come si può apprendere il linguaggio dell'emozione?

Nel mondo del sogno tutto è possibile. Non valgono i principi aristotelici della logica (identità, non contraddizione, terzo non dato). Eros vuole tutto e subito.

Un punto degno di attenzione nel nostro discorso è quello relativo *all'origine del comportamento umano*. I comportamenti di ciascuno sono frutto di *aspetti individuali* (genetici e di eredità culturale), *ambientali* (l'ambiente e le sue regole) e di una *inerzia intrinseca al cambiamento*. Tenere conto di questo significa possedere un efficace strumento nella lettura dei nostri modi di essere e del modo di essere di chi ci sta intorno.

Per rispondere al nostro secondo interrogativo, dovremo capacitarci del fatto che non esista una ricetta che indichi la persuasione come preferibile al convincimento.

Persuasione, manipolazione, condizionamento, coercizione sono modalità del comunicare, tutte possibili, tutte utilizzabili. L'abilità dell'imprenditore sta nel saper dosare il cocktail di queste modalità in funzione di una lettura sensibile delle situazioni relazionali.

L'emozione può essere fonte di

- CAMBIAMENTO o RIPIEGAMENTO SU SE STESSI
- APERTURA o CHIUSURA
- CONVERSIONE o PREGIUDIZIO

La conversione è vista come liberazione, come atto di cambiamento dei sentimenti e non tanto delle idee, quindi come atteggiamento profondamente emotivo.

Così il pregiudizio, anticipa il giudizio su cose o persone non in base a considerazioni razionali, bensì a credenze di tipo emotivo.

Come precedentemente puntualizzato, anche etimologicamente l'emozione è un processo dinamico piuttosto che un atto cristallizzato. Ed è in particolare un processo che comprende più fasi:

1. l'ambiente (dove avviene)
2. l'uso dei sensi (intesi come corporeità, come direzione e come significato)
3. l'elaborazione dell'esperienza rispetto ad uno stimolo
4. l'azione che ne consegue

La *leadership* è fatta di COMPETENZA ma anche di PASSIONE che appartiene alla sfera emotiva. Il leader trasmette la passione con l'esempio.

Non si può educare la passione in forma teorica. La si trasmette sulla base delle emozioni trasmesse. Si può invece educare la sensorialità.

Teorie psicologiche da cui far emergere considerazioni sull'agire umano

Gli appartenenti a due correnti di pensiero, in particolare, hanno cercato di spiegare l'agire dell'uomo: **Comportamentismo e Cognitivismo.**

Il Comportamentismo, appartenente al periodo degli anni Trenta- Cinquanta, spiega l'agire sulla base del ciclo ripetuto Stimolo- Rinforzo- Risposta. Il ciclo ripetuto crea l'automatismo e sposta l'agire dal governo di tipo consapevole a un governo di tipo "condizionato". Il comportamento risulta essere l'unico oggetto vero della psicologia in quanto è ciò che è osservabile, a differenza della mente e della psiche che non sono osservabili. I comportamenti operanti aumentano o diminuiscono in funzione del rinforzo

(premio o punizione) Un rinforzo positivo crea una situazione di *influenza*, mentre un rinforzo negativo origina una *coercizione*.

Il Cognitivismo è successivo al Comportamentismo: Si sviluppa negli anni Sessanta. Questo filone di ricerca psicologia, attribuisce importanza all'individuo e alla sua personale elaborazione dello stimolo attraverso l'esperienza e il patrimonio di memoria accumulato. Anche qui un rinforzo positivo e uno negativo originano situazioni diverse: il primo è relativo alla *persuasione*, il secondo alla *manipolazione*.

Ruolo delle emozioni nei nostri ricordi

Una funzione significativa esercitata nella nostra vita dall'e-mozione è legata al *trattenere*, alla *scelta* e alla decisione. "Noi non dimentichiamo nulla. Semplicemente ricordiamo qualcosa": la memoria sedimenta il nostro vivere in maniera inesorabilmente continua, ma di ciò affiora solo qua e là qualche ricordo, più stimolato di altri ad uscire alla luce. *Sono quindi le emozioni che decidono cosa trattenere* intervenendo nei processi di selezione e archiviazione degli avvenimenti ritenuti "di valore". Il resto, pur rimanendo all'oscuro della nostra coscienza, fa parte di noi stessi, ci costituisce, ci fa quello che siamo. E' nell'ambito della memoria che si verifica l'interazione tra i nodi o unità emozionali ed i fenomeni cognitivi.

Quanto gioca un'emozione in un agire eticamente corretto?

L'uomo non è mai da solo ma è accompagnato dalle emozioni. L'uso miscelato dei comportamenti a favore del bene altrui è il *motore etico del nostro agire*. Come già espresso in altre occasioni, precedenti, in questa sede, l'*etica* è una morale declinata al contesto, nel senso che riguarda un retto agire secondo la funzione che si è chiamati a svolgere nel gruppo sociale d'appartenenza. Per questo, tante possibili forme d'etica, possono essere interpretate dall'uomo, secondo il posto o ruolo occupato. Le emozioni quindi fungono da valuta corrente, sono la moneta che circola in tutte le relazioni umane.

Emozione e innovazione

Emozione, cambiamento ed *innovazione* sono intrinsecamente legati. La creatività, mossa principalmente dal fluire delle emozioni, è il motore dell'innovazione. La noia, la mancanza di stimoli emotivi, ne è la negazione.

Spessore e Colore nelle esperienze umane: l'alchimia del Logos e dell'Eros

Per concludere, un'osservazione che concilia la sfera del razionale e delle emozioni. Un bellissimo paradosso: la musica, che è generata da emozioni e genera emozioni, usa un linguaggio rigorosamente razionale.