

MANAGEMENT

UMORISMO PER MANAGER

C'era una volta...

Raccontare storie, una battuta improvvisa e l'autoironia: altre tre tecniche per sviluppare l'umorismo in azienda

Stefano Greco

Dopo aver pubblicato sullo scorso numero la prima parte della sintesi del capitolo sulle tecniche per sviluppare l'umorismo del libro *Umorismo & Management* (Franco Angeli, 2006) di Stefano Greco, vi proponiamo il seguito, con altre tecniche: lo "storytelling", la "rottura e distensione" e lo "specchio"

LO STORYTELLING

Nell'articolo precedente (*Dirigente* 3-2007) abbiamo visto la tecnica psicologica del modellamento, cercando di capire l'utilità. In questo articolo vi presento altre tre tecniche per sviluppare l'umorismo, che, lo abbiamo visto, è un'arte che ogni manager dovrebbe saper padroneggiare. Iniziamo con la tecnica chiamata storytelling. Dal "c'era una volta..." a "la conoscete la barzelletta del tizio che...", passando per "ora vi racconto cosa mi è successo con quel cliente...", la narrazione di una storia, di una battuta, di un aneddoto, di una metafora o di un caso realmente vissuto ha sempre costituito una modalità comunicativa privilegiata per veicolare messaggi vitali da una ge-

nerazione all'altra e per educare, informare, emozionare, divertire.

Lo storytelling è dunque una prassi antica e tuttavia ancora attuale, ma per creare valore aggiunto è necessario che questa tecnica associ l'aspetto divertente con quello istruttivo, altrimenti rischia di trasformarsi in affabulazione: lo storyteller, che in specifiche situazioni organizzative punta solo a generare emotività senza riflessione, corre il rischio dell'ambivalenza, della manipolazione e dell'ipnotismo comunicativo.

Alcuni formatori, ad esempio, in aula assomigliano più a degli affabulatori che a degli storyteller. In ogni caso, Margaret Parkin è convinta dell'utilità di questa tecnica, al punto tale da scrivere un testo come *Racconti per formazione. 50 storie per facilitare l'apprendimento* (Etas), in cui ribadisce il ruolo fondamentale della "storia" come ancora per l'apprendimento nel rispetto della regola: ogni racconto è "giusto" in funzione del posto, del momento e del modo con cui si racconta.

Non esiste dunque una storia o un aneddoto divertente in assoluto: le variabili in gioco sono diverse, a cominciare da chi li

racconta. Credo che, almeno una volta, vi sarà capitato di essere stati travolti dalla noia e dalla pesantezza di qualche relatore in un convegno piuttosto che a un seminario di formazione; vi sarà accaduto di aver avuto a che fare per un giorno, o più di uno, con il maniaco delle slide o il feticista dei termini tecnici inglesi.

Sono convinto che il primo dovere di un relatore nei confronti del suo pubblico sia quello di evitare accuratamente di ammorbare. Alcuni, invece, incuranti di sbadigli e pupille dilatate, vanno avanti imperterriti fino a che l'ultimo grafico non scompare dallo schermo. Qualcuno a volte, per giustificare il proprio stile di conduzione, si trincerava dietro il tecnicismo dell'argomento: "Come posso rendere divertente una tabella?", chiede quasi rassegnato. Il punto è proprio questo: devi rendere divertente te stesso, non il contenuto tecnico della presentazione!

L'umorismo non è una banale clip art con cui fare copia e incolla nelle comunicazioni: è una risorsa da vivere, da coltivare e sviluppare attraverso un nuovo modo di approcciare il lavoro e la vita stessa.

Il vero umorista è una persona fortemente orientata alla cultura, non tanto intesa come nozionismo quanto piuttosto come viva "curiositas", quella stessa che animava Ulisse nei suoi viaggi e lo spronava, come dice Dante, "a divenir del mondo esperto e de li vizi umani e del valore".

Una storia istruttiva, un aneddoto goliardico, una metafora creativa assumono, rispetto al contesto comunicativo gestito in un dato momento dal manager, la stessa funzione di una bella cornice per un quadro: lo valorizza mettendolo nella luce migliore per essere ammirato.

Un'avvertenza: la cornice non può sostituire né la qualità del dipinto né la tela stessa!

Ecco il motivo per cui l'abilità nello storytelling consiste nel saper cogliere il momento giusto in cui occorre risvegliare e/o catalizzare l'attenzione di un uditorio oppure rafforzare un concetto in modo pregnante, facilitando importanti riflessioni negli interlocutori.

Lo storytelling costituisce dunque un'altra opportunità per sviluppare risorse comunicative, per trovare uno stimolo in più nelle relazioni interpersonali o per dire semplicemente qualcosa di diverso dal solito. Anche in questo caso, atten-



Stefano Greco (stefano.greco@olympus.it), opera sul mercato della consulenza aziendale, della selezione e della formazione dal 1992, vivendo da imprenditore tutti gli aspetti riferiti sia alla vendita di servizi a privati e imprese, sia alla gestione delle persone.

zione al dosaggio perché il vero umorista legge molte storie e metafore ma ne racconta poche: le persone infatti apprezzano l'umorismo solo se preceduto e seguito da fatti concreti riferiti a ciò che è seriamente importante per il loro lavoro.

ROTTURA E DISTENSIONE

"Una risata vi seppellirà": questa frase, usata spesso come slogan rivoluzionario e come minaccia all'ordine costituito nasconde in realtà una sua logica e una verità. Abbiamo avuto modo di approfondire come il riso e la risata siano tipici segnali dell'uomo per comunicare uno stato di distensione e/o per testimoniare l'avvenuto superamento di un pericolo, di una minaccia o di un particolare stato d'animo legato a un problema.

Ora, immaginate un rapinatore che nell'atto intimidatorio: "Mani in alto, questa

un tempestivo intervento che appunto lo seppellirà!

Che senso avrebbe, vi chiedo, trasportare tutto questo all'interno dei rapporti aziendali? Appunto, dico io... che senso avrebbe... quindi lasciamo stare!!

Questa conclusione è un esempio di applicazione della tecnica umoristica definita "rottura e distensione": rottura di uno schema "logico", "serio" - in questo caso costituito dal ragionamento della "premessa" - e distensione emotiva, "la conclusione" umoristica. Tale tecnica, molto utilizzata ad esempio nel cabaret, prevede una conclusione paradossale rispetto a un discorso logico avviato in precedenza.

L'applicazione può avere diverse finalità: acuire/ravvivare l'attenzione di un uditorio, creare un'ancora emotiva per l'apprendimento di un concetto, rafforzare il

Groucho Marx: "Decisamente, io non entrerei in nessuna associazione disposta ad accogliermi come membro!". La distensione è garantita ma occorre sempre ricordarsi che il bravo attore è uno che sente gli umori del suo pubblico, ne osserva le espressioni e decide di conseguenza se applicare o meno una determinata "tecnica".

LO SPECCHIO

La tecnica dello specchio è un'efficace modalità per interrompere flussi di pensieri negativi e creare un'interruzione dello stato emotivo che ci sta intossicando in una data circostanza.

Si basa sull'autoironia e il coraggio di prendersi in giro, utili risorse umoristiche per rompere la rigidità di uno stato mentale in stallo. L'applicazione è semplice: bisogna posizionarsi davanti a uno specchio, osservarsi e iniziare a fare il mimo di se stessi. Se, ad esempio, ci vediamo tristi e rabbuiati, musoni e irritati, stanchi e annoiati, mimare se stessi significa riprodurre "caricature" delle nostre stesse espressioni, attraverso sberleffi e/o movenze.

Anche il parlarsi allo specchio rappresenta una vantaggiosa modalità per scaricare la tensione accumulata. Dopo alcuni istanti di mimica "convinta" vedremo che il nostro sorriso inizierà ad affiorare sulle labbra deformate dalla tristezza e presto si diffonderà sull'intero volto, distendendolo e riportando i lineamenti a un'espressione di tranquillità.

"Lo specchio è sempre gentile con me, quando sorrido". Lo specchio è un amico sincero. Ci restituisce la nostra immagine tale e quale per come la riceve. Non possiamo ignorare i suoi messaggi né sottrarci ai suoi consigli, il più prezioso dei quali è: "Tu sei il responsabile dei tuoi stati d'animo negativi e sei tu che decidi quanto farli rimanere dentro di te e quando sbarazzartene".

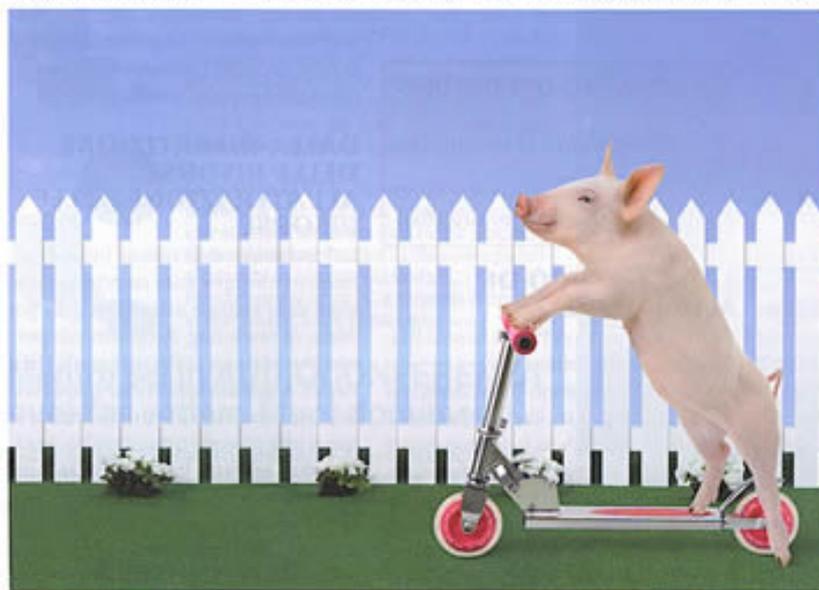
Il leader ridens è una persona capace di lasciarsi scivolare addosso le negatività senza assorbirla, esattamente come il vetro di una finestra su cui batte la pioggia. Ma se la pioggia diventa grandine, allora bisogna chiudere anche le persiane di ferro.

ricordo della propria immagine/presenza all'interno di un contesto.

Un altro esempio applicativo

Un manager si reca sul palco di un meeting per ringraziare l'associazione di categoria, di cui è associato, dell'opportunità concessagli per un intervento su uno dei temi clou della giornata.

Provate a immaginare se in questa situazione, alla conclusione dei seriosi "bla, bla bla" di rito, il manager pensasse di applicare la tecnica utilizzando, come conclusione paradossale, una battuta di



è una rapina!", si trovi d'improvviso di fronte a una fragorosa risata. Questa reazione rappresenta uno spiazzamento quasi traumatico rispetto alle aspettative emozionali da lui stesso create.

Il paradosso è chiaro: se il rapinatore dovesse sparare irritato allora il significato di una risata vi seppellirà sarebbe letterale e completamente a vostro discapito, ma potrebbe anche accadere che il losco figuro si scoraggi e che impaurito dalla tranquilla reazione della vittima fugga via confuso o che, addirittura, si manifesti talmente indeciso sul da farsi che diventi lui stesso vittima di