

SOSTENIBILITÀ

Shakespeare modello per i manager che vogliono imparare a comunicare

30/09/2011 16.18

Bologna, 30 set. (Adnkronos) - Non più Shakespeare 'in love', ma 'in business'. I testi di Shakespeare oggi diventano modelli comunicativi per i manager. Sempre più spesso nel mondo del lavoro chi parla affronta situazioni impegnative sotto il profilo comunicativo: deve saper affascinare, convincere, persuadere. "Per entusiasmare i collaboratori su un nuovo progetto, sostenere un'idea in contrasto con altre, motivare una squadra, non c'è niente di meglio del grande bardo", spiega all'Adnkronos Dario Turrini, bolognese, consulente e formatore della comunicazione che ha ideato un corso di 'public speaking' intitolato "Shakespeare in Business". Tra i suoi clienti, quest'anno, Banca Fideuram e Mercatone Uno. Che cosa può insegnarci Shakespeare sulla leadership? Tutto, secondo l'autore di "To business or not to business?", saggio pubblicato di recente da Franco Angeli. La leadership, infatti, riguarda due grandi questioni: la responsabilità e il cambiamento. In sintesi, la responsabilità diventa la capacità di gestire il cambiamento. "I problemi con cui si scontrano i personaggi di drammi e commedie elisabettiane -sostiene Turrini- sono simili a quelli che i dirigenti affrontano ogni giorno. I dialoghi creati dal poeta offrono soluzioni verbalmente raffinate ed efficaci in diverse circostanze della vita aziendale". Così, tra un'analisi del titubante principe di Danimarca e un'altra dell'"aziendalista" Re Lear, questo originale approccio linguistico al management più illuminato fa riscoprire la saggezza e il genio di Shakespeare. "L'analisi dei brani del drammaturgo inglese messa a confronto con alcune delle più tipiche situazioni manageriali - suggerisce Turrini- ci offre interessanti esempi di stile e tecniche persuasive. Spunti che responsabili della formazione e professionisti trovano utili per sciogliere anche i dubbi più 'amletici'". Turrini è anche attore e regista teatrale, collabora con il Dams di Bologna e la Naba di Milano. La sua è una scuola di pensiero che ha, alla base, la convinzione -supportata dai risultati ottenuti nei corsi fatti in diversi contesti- che Shakespeare possa essere assunto come modello di comunicazione in pubblico e i suoi testi possano essere presi a esempio di retorica anche per un mondo molto distante dalla scena, come quello aziendale. Dove cercare una fonte di ispirazione per sviluppare le proprie capacità persuasive e risolvere situazioni imbarazzanti? Quali tecniche preferire? "Sono domande che mi hanno rivolto spesso, in anni di attività didattica e consulenza aziendale -ricorda Turrini- Per rispondere ho fatto ricorso all'altra faccia della mia esperienza professionale, quella di attore. Per ogni uomo di teatro, il riferimento imprescindibile è naturalmente Shakespeare". Tra le 'armi' del manager, in primo luogo, la parola: è una parola che conquista e può essere di volta in volta narrante, metaforica, poetica, filosofica, comica o affabulante. Ecco qualche esempio: per motivare una squadra di fronte a un compito impossibile c'è "Enrico V", mentre, per difendersi da un'accusa arriva in nostro soccorso "Otello". Un'altra situazione tipica è la necessità di costruire un discorso dopo il successo di un altro. In questo caso, con il "Giulio Cesare" ogni cosa diventa una questione d'onore. Il discorso si sposta poi sui contenuti. Attenzione al ghiaccio sottile dell'argomentazione, avverte il comunicatore, alle strategie "che si rivelano rischiose o di dubbia efficacia". Sulle controindicazioni circa l'uso della parabola interviene "Coriolano", che ci mette in guardia contro i rischi del raccontar favole. Sull'uso dell'ironia e del comico "Re Lear" propone le smorfie del suo 'Fool', fidato buffone di corte. Esiste anche la sfida come strategia persuasiva: Romeo e Giulietta insegnano che "sfidarsi è bene, non sfidarsi è meglio". Quanto alle tecniche persuasive più sofisticate, va ricordato che un gesto (simbolico) vale più di mille parole. L'esempio, in questo caso, è quello del flauto che Amleto offre a Guildenstern catalizzandone l'attenzione. Annichilire l'avversario col suo stesso rigore si può, proprio come avviene nel "Mercante di Venezia". Per chiudere un discorso in maniera efficace, invece, si seguano i 'consigli' di Rosalinda, Prospero e Puck. Quindi gli elementi di 'acting', di interpretazione: come fare per prepararsi al discorso, usando il corpo e lo spazio, poiché "totus mundus agit histrionem", tutto il mondo recita,

come dice il motto della bandiera che sovrastava il Globe Theatre londinese. Si affrontano questioni che riguardano postura e gestualità del manager, l'uso della voce e la sua musicalità da sfruttare nella maniera più adeguata. Infine, occorre affascinare il pubblico con la verità. Ed è qui che si manifesta il vero segreto di Shakespeare che, sul più bello, ha il coraggio di rivelare la falsità del ruolo, togliendosi la maschera. Tutto il resto sono chiacchiere.
