



Da oltre 30 anni, ovvero da quando è apparso il libro "Pragmatica della comunicazione umana", scritto da Paul Watzlawick, del quale chi scrive è stato allievo diretto e poi unico collaboratore per oltre 15 anni, la comunicazione nel mondo delle organizzazioni e delle relazioni interpersonali è divenuta il riferimento costante. Tuttavia, tra il parlare di qualcosa e il saper fare quella cosa c'è una bella differenza. La osservazione disillusa di quello che avviene nel mondo delle organizzazioni ci fa rilevare, purtroppo, che nella maggioranza dei casi si parla tanto di comunicazione come veicolo fondamentale del cambiamento strategico, ma davvero pochi sono quelli che oltre che parlarne sanno davvero utilizzarla. In altri termini, società di consulenza, dirigenti, manager, etc, continuamente parlano di comunicazione senza saper comunicare efficacemente. Il problema, sembra risiedere nell'usuale atteggiamento accademico del parlare di qualcosa senza essere in grado di fare quel qualcosa, ovvero, come afferma Karl Krauss "chi non sa fare insegna". Ritengo che ci siano pochi ambiti come quello della comunicazione nel quale questa affermazione, così tagliente, appare davvero calzante. Prendendo spunto da questa deliberatamente forte e prorompente citazione, si ritiene che nell'ambito manageriale e aziendale sia fondamentale proporre modelli di comunicazione effettivamente strategici, ossia, effettive strategie tattiche e tecniche comunicative, che ogni singolo operatore possa apprendere in modo sistematico e che effettivamente incrementino le sue capacità operative all'interno della sua organizzazione. A questo riguardo, basti pensare che, ad una delle interviste fatte ai 100 manager più famosi al mondo, rispetto a quale fosse la loro più importante competenza sul campo, il 93% di loro ha dichiarato essere la capacità di comunicare efficacemente. Così come gli stessi hanno dichiarato di spendere il 60% del loro tempo nella risoluzione di conflitti all'interno della propria organizzazione. Il lettore può, sulla scia di tali affermazioni, valutare quanto una competenza concreta alla comunicazione strategica, ossia alla capacità di saper influenzare sulla base degli obiettivi preposti, divenga una competenza essenziale del manager. Difatti, chi, come l'autore di queste righe, si occupa da circa 20 anni di comunicazione strategica, in ambiti sia clinici che aziendali e che parte dal presupposto che l'unica verifica di uno strumento è la sua efficacia operativa, nel lavorare nel mondo aziendale troppo spesso rimane attonito nel rilevare quanta supponenza, arroganza ed ignoranza si possa trovare nella maggioranza di coloro che si propongono come "maestri" nel campo della comunicazione. Sulla scia di questa rilevazione e riflessione ci si propone di

presentare al vasto pubblico di chi lavora all'interno delle organizzazioni una serie di contributi selezionati relativi alla comunicazione strategica e ai suoi ambiti di applicazione. Il progetto sarà quello di offrire concreti strumenti applicativi per agire pragmaticamente in un campo ove troppo spesso fumose nebbie oscurano la ricerca di effettive soluzioni ai problemi presenti o impediscono la realizzazione di obiettivi futuri. **GIORGIO NARDONE**

GIORGIO NARDONE Fondatore insieme a Paul Watzlawick e Direttore del Centro di Terapia Strategica (C.T.S.), vi svolge la sua attività di psicologo e psicoterapeuta, dirige la Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica presso il C.T.S. in Arezzo e la Scuola di Comunicazione e Problem Solving Strategico ad Arezzo e Milano. Docente di Tecnica di Psicoterapia Breve presso la Scuola di Specializzazione in Psicologia Clinica all'Università di Siena. Coordinatore del Network Europeo di Psicoterapia Breve Strategica e Sistemica e della Rivista Europea di Psicoterapia Breve Strategica e Sistemica, è inoltre Direttore della Collana "Saggi di Terapia Breve" Ponte alle Grazie Editore, Milano. Da anni tiene conferenze, seminari clinici e manageriali in Italia e all'estero, svolge consulenze e formazione per manager e aziende, inoltre è attualmente considerato l'esponente di maggior spicco tra i ricercatori della Scuola di Palo Alto, in virtù dei suoi numerosi e innovativi lavori che hanno ottenuto molti riconoscimenti scientifici internazionali, grazie all'applicazione di un rigoroso metodo di ricerca empirico sperimentale che ha permesso di creare modelli evoluti di intervento clinico (Psicoterapia Breve Strategica), produzione testimoniata dalle molte opere pubblicate tradotte in molte lingue straniere. Il successo ottenuto, l'estrema flessibilità, l'aumento delle richieste di supervisione manageriale, di formazione e consulenza nelle organizzazioni hanno orientato la sua ricerca in contesti interpersonali sempre più ampi. Da un'esperienza ventennale d'intervento risolutivo su problemi aziendali è risultato un Modello di azione (Comunicazione e Problem Solving Strategico) specifico per particolari patologie di problemi nell'ambito delle organizzazioni e la messa a punto di tecniche, tattiche e strategie. Tale contributo scientifico e applicativo rappresenta una propria "Scuola di Pensiero" seguita in tutto il mondo da professionisti della psicoterapia, della formazione, della consulenza e della comunicazione manageriale. **CENTRO DI TERAPIA**

STRATEGICA Istituto di Ricerca, Training e Attività Clinica Piazza S. Agostino, 11 – 52100 - Arezzo (Italy) tel (+39) .0575.350 240 fax (+39) 0575.350 277

www.centroditerapiastrategica.org www.problemsolvingstrategico.it www.giorgionardone.it

www.psicoterapiabrevestrategica.it