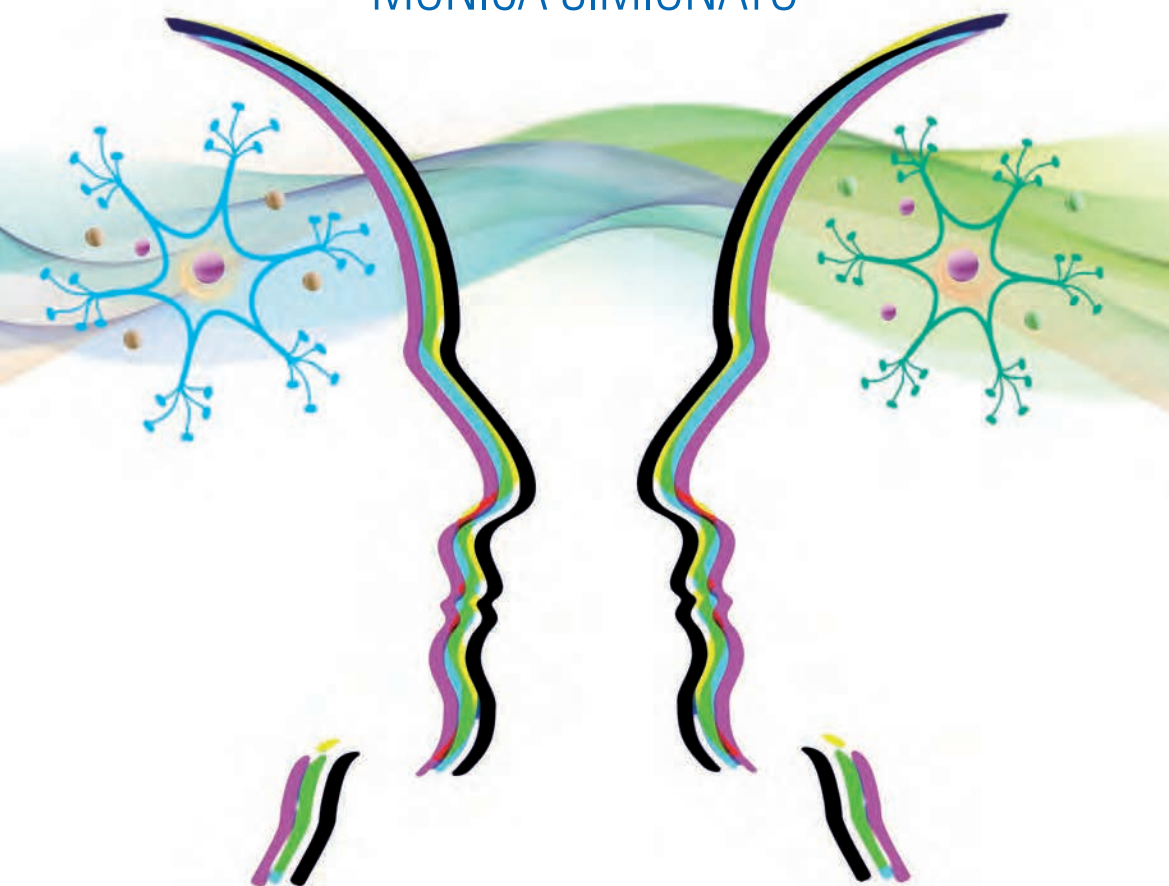


YANN DUZERT
MONICA SIMIONATO



NEWGOZIAZIONE

La neuroscienza
della negoziazione

FRANCOANGELI

Trend

Le guide in un mondo che cambia

In testi agili, di noti esperti, le conoscenze indispensabili nella società di domani.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

YANN DUZERT
MONICA SIMIONATO

NEWGOZIAZIONE

La neuroscienza
della negoziazione

FRANCOANGELI

Progetto grafico di copertina di Elena Pellegrini

Copyright © 2017 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it

Indice

Introduzione	pag.	7
1. La Genesi e l'evoluzione della newgoziazione	»	15
1. Adamo e Eva, la madre di tutte le trattative	»	16
2. Stile e identità del negoziatore	»	19
2.1. Lo stile autoritario	»	22
2.2. Lo stile controllatore	»	26
2.3. Lo stile facilitatore	»	31
2.4. Lo stile imprenditore	»	38
2.5. Lo stile innovatore	»	42
2. Gestire le aspettative per minimizzare i conflitti	»	47
1. Oltre il dilemma di Batman e Joker	»	49
2. Confrontarsi con persone violente e irritate	»	50
3. Imparare facendo	»	53
1. I quattro passi per condurre una newgoziazione	»	54
2. Il contesto per preparare una newgoziazione	»	57
3. I dieci elementi per pilotare una newgoziazione	»	63
3.1. Contesto	»	63
3.2. Interessi	»	64
3.3. Opzioni	»	69
3.4. Potere. Tattiche dalla A alla Z	»	71
3.5. La comunicazione	»	87
3.5.1. Metafora/ipnosi	»	87
3.5.2. Come lasciare una buona impressione in tre minuti	»	88
3.5.3. Mantenere la parola	»	89
3.5.4. Perdono e bontà della diplomazia	»	90
3.5.5. Saper conversare, etica e eleganza morale della newgoziazione	»	90

3.5.6. Ring, imparare facendo col gruppo	pag. 94
3.5.7. Reputazione, dati e marketing e ricerche	» 95
3.5.8. Costruzione dell'identità	» 96
3.5.9. Percezioni	» 98
3.5.10. Specialista e informazioni neutre	» 99
3.5.11. Gestione dei rischi	» 100
3.5.12. Ricerca di dati e memoria collettiva	» 101
3.6. Relazione	» 102
3.7. Concessioni	» 104
3.8. Conformità	» 105
3.9. Standard	» 106
3.9.1. Standard di mercato	» 106
3.9.2. Standard di contabilità	» 107
3.9.3. Indice Economico e bersaglio finanziario	» 107
3.9.4. Standard di gestione	» 108
3.9.5. Criteri di benchmark per una newgoziazione di successo	» 108
3.10. Tempo	» 112
Conclusioni	» 115
Appendice. New Deal: un caso emblematico	» 117
Bibliografia	» 125

Introduzione

La maggior parte della gente vuole trascorrere la vita in pace con la sensazione di essere amata e felice, vuole avere una vita facile, senza particolari tensioni o conflitti. Le persone vogliono essere ammirate, vogliono fare soldi per essere liberi e vogliono essere popolari e rispettati perché la mancanza di considerazione nel lavoro o in amore è uno dei motivi principali di rottura della relazione.

Trascuriamo l'80% del nostro tempo negoziando con i nostri cari, amici, familiari e colleghi, desiderando che tutto sia facile e veloce. Lo scopo della maggior parte delle negoziazioni è di essere felice, avere una buona famiglia e un lavoro che valga la pena. Ma è proprio questo l'obiettivo finale? Per raggiungere questa meta, quali sono i costi e le concessioni?

La parola Negoziazione deriva dal latino *negotium* che significa negare lo svago: *neg* significa *no* e *otium*, riposo, tempo libero. Esempio di negazione dell'ozio è il lavoro. L'80% del nostro tempo siamo connessi a lavoro, affari, persuadendo, vincendo e lottando nella massima parte del tempo a favore dei nostri soldi, lavoro e famiglia.

Vediamo come il negoziare è spesso legato a soldi, sesso e potere. Per diventare l'oggetto del desiderio di donne o uomini e di rinomate imprese dobbiamo soffrire per lunghe ore, di fronte a burocrazie insormontabili che ci succhiano ore per capire come comportarci, a volte dobbiamo piangere in greco di fronte a persone che detengono un poco di "potere"?!

Come ha detto Jorge Paulo Lehman¹, uno degli uomini di maggior successo in Brasile: "Il rischio principale è di non correre rischi". La negozia-

1. Jorge Paulo Lehman (Rio de Janeiro, 26 agosto 1939) è un imprenditore e tennista brasiliano naturalizzato svizzero, considerato dalla rivista Forbes nel 2014 l'uomo più ricco del suo paese e 31° al mondo. Nel maggio 2016 la rivista Forbes indica che Lemann sia titolare di un patrimonio di 27,8 miliardi di dollari americani, posizionandosi alla posizione #19 nella lista delle persone più ricche del mondo.

zione è una lotta, un'avventura rischiosa nella quale le persone pagano molto caro per raggiungere quello che vogliono. Molti negoziatori amano assumersi rischi, accettare l'incertezza, imparare dagli errori e sono disposti a lavorare con passione, senza nemmeno sapere dove vanno.

Tuttavia, la maggior parte delle persone vuole una vita felice senza dedicare tempo a conversazioni difficili, lacrime, frustrazioni, risentimenti e emozioni distruttive: tutti elementi presenti nei rapporti umani. Il 60% delle persone divorzia nella maggior parte delle principali città del mondo.

Passiamo ore a parlare e negoziare con mille strategie per conquistare un fidanzato o una fidanzata, il che non è divertente perché ci vuole un sacco di energia e pazienza, con grande tensione, ossessione e frustrazioni quando si riceve un "no". Quando siamo dentro questo gioco di negoziazione, sentiamo le farfalle nello stomaco, il cuore palpitare, sentiamo che la vita è reale, che qualcosa sta accadendo. Perché questo è il tipo di sofferenza e di stress che ci piace, alimenta in un certo senso la nostra stessa passione. Tutti vogliamo sempre qualcosa.

Se desideriamo i benefici di qualcosa nella vita, dobbiamo anche accettare di pagarne i costi. Se vogliamo uno yacht, dobbiamo anche sopportare le notti senza fine, le imprese rischiose, così come la possibilità di conflitti con più di una persona. Quanto siamo disposti a soffrire? I vincitori sono quelli che possono sopportare il dolore più a lungo e con maggiore intensità rispetto ad altri. Qual è il dolore che si può sopportare? Quanto siamo disposti a "negare l'ozio"?

Newgoziazione offre un modo per rimuovere tutto il dolore, ridurre i conflitti, con azioni rapide ed eleganti.

L'onda prodotta da questo movimento può purificarci e darci il tempo necessario per raggiungere la destinazione trovando la "terra promessa".

Newgoziazione è la negoziazione reinventata per il secolo XXI! I nostri corsi e le lezioni trasmessi in molti paesi del pianeta hanno successo perché sono ispirati dai migliori *players* del mondo e spiegano esattamente "come" giocare. Il tutto di forma pratica, unendo teoria e pratica, svelando i segreti di chi ha successo.

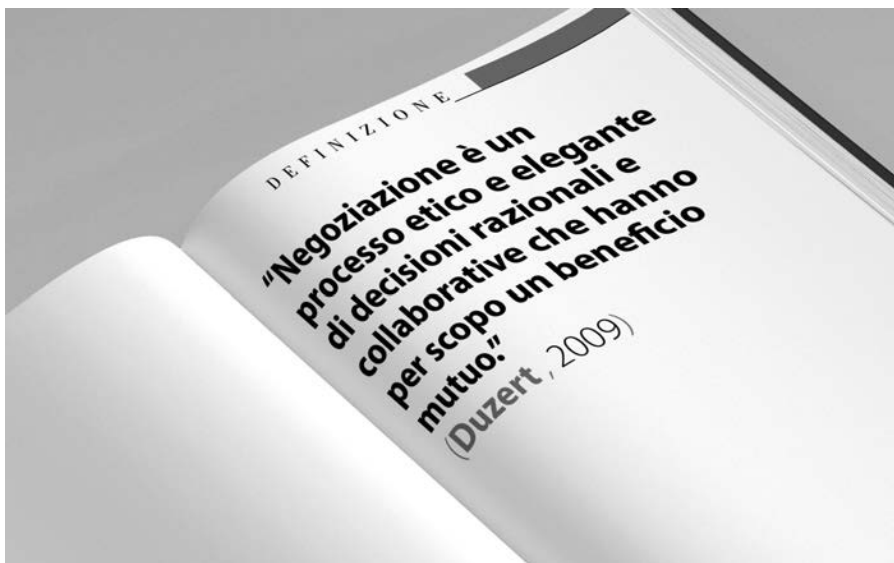
Chiunque può essere un newgoziatore, basta incorporarne linguaggio, mentalità, valori e modo di essere. Quando si degusta il piacere dello stile di vita che la newgoziazione propone, si è pronti per utilizzare la tecnica dei quattro elementi e i dieci passi che ci aiuteranno a navigare, avere gente intorno, movimentare le energie positivamente e comunicare con i colleghi. Certo, le piattaforme elettroniche di comunità virtuali, database, ricordi di esperienze di negoziazioni possono essere comparate a libri di cucina con ricette scambiate tra "chef" nuovi e consacrati! Il giocatore Ronaldo non ha imparato a giocare a calcio da solo, ma nella scuola della vita, interagendo con gli amici, concorrenti, imitando, osservando e praticando. Chi ha "successo" ha imparato facendo.

Essere un newgoziatore significa essere qualcuno che acquisisce sapere, crea un modo per attirare le persone, gli appassionati, acquirenti e ammiratori e, perché no?, anche nuovi amori. Possiamo dire che newgoziazione è una scuola di vita, il cammino verso il successo. Imparare facendo è il modo più competitivo e rapido per acquisire esperienza.

Nel nostro programma abbiamo il ring della newgoziazione, una piattaforma collettiva di condivisione per la risoluzione dei conflitti, dove vengono inseriti i dati del problema e i partecipanti iscritti condividono la loro esperienza. Immaginate una grande cucina in cui le persone collaborano alla gestione dei rischi nelle informazioni e decisioni- come se cucinassero una torta da servire nel modo migliore e più veloce. Con il ring newgoziazione i partecipanti otterranno risultati mai visti prima in negoziazione e risoluzione dei conflitti. Aziende come McDonalds, Hewlett Packard, Petrobras nella loro modernità ritengono l'organizzazione un newgoziatore globale, in cui il gruppo è il negoziatore, non una stella self-made, perché non sarebbe efficiente come team di lavoro. La tecnica e la cultura della newgoziazione sono stati testati con più di 300.000 persone.

La mentalità e la cultura di newgoziazione sono un processo etico, attuale e collaborativo per prendere una decisione razionale volta a raggiungere risultati reciprocamente soddisfacenti, con grande produttività, mutando la vita!

Fig. 1 – La definizione di newgoziazione secondo Yann Duzert



Pensiamo all'onda creata dalla psicologia positiva di Martin Seligman: invece di concentrare lo studio sui disturbi mentali, Seligman sceglie di dare priorità allo studio delle emozioni positive, cioè, ai fattori che portano le per-

sone ad essere più felici. Egli propone di spostare l'attenzione dalla malattia alla salute mentale dando rilevanza alla nostra potenzialità, motivazione e capacità umana di orientarsi al positivo. Esiste un nuovo processo per trattare con l'altro che produce sentimenti precisi e diremo anche quali sono gli ormoni che entrano in gioco nelle relazioni interpersonali. Il lavoro di premi Nobel come Allais, Freccia, Nash, Kahneman, Tversky vuole trasmettere come vivere meglio, come costruire un mondo migliore e essere felici l'80% del tempo, avendo il piacere di collegarsi a internet, ma anche di conversare fisicamente senza intermediari come chat o e-mail. La newgoziazione propone di allineare la tecnologia e diminuire la solitudine per stabilire relazioni e sentirsi felici e in pace.

Desideriamo che alla fine del libro ci si senta così bene da cantare la canzone *Happy* di Pharrell Williams, così potremo contribuire con entusiasmo al cammino dell'umanità verso una maggiore intelligenza, saggezza e convivenza globale. Prima che sia troppo tardi.

Questo cambiamento è coinvolgente e presto la trattativa con il braccio di ferro sarà obsoleta.

Quindi lo scopo di questo libro è quello di insegnare un nuovo linguaggio di negoziazione, non trucchi vecchio stile o guerra sporca. Questo nuovo linguaggio, newgoziazione, dice che chiunque può diventare un newgoziatore e aumentare le nostre possibilità di fare accordi.

In merito alla negoziazione è importante rivedere il nostro percorso di vita puntando su fasce di età cruciali.

- Da 0 a 10 anni, quando gli esempi per eccellenza sono stati i nostri cari, dai genitori, ai professori, ricordando le ore trascorse a negoziare con i nostri fratelli, piangendo, facendo capricci, perdendo tempo, convivendo con lotte e giochi di potere;
- Tra 10 e 20 anni di età con picchi ormonali diventiamo adolescenti lunatici, creando momenti infernali per i nostri familiari, amici e professori e comparandoci con bruchi che danno allergia a chi li tocca. Dopo essere stato un parassita, rovinando ore di vita familiare e sociale, il giovane cerca alleati, negoziando il primo lavoro come apprendista, impara a negoziare con i colleghi e gli amici, e poi forma una famiglia e comincia a negoziare a sua volta con figli e coniuge.

E poi, dopo aver seguito questa strada, può entrare nella statistica secondo la quale il 60% delle coppie divorzia. O non ha trovato nessun amore disposto a sopportarlo. E così comincia l'invecchiamento, con malattie legate al metabolismo.

A questo punto cominciamo a rompere relazioni, perdere amici, contatti e, se siamo fortunati a recuperare un po' di consapevolezza, come sopravvissuti a conflitti e sofferenze, giungiamo al momento di trasmettere l'esperienza, di condividere, donare, essere saggi e meno arroganti.

Si potrebbe passare la vita in modo diverso? Trascorrere meno tempo in pettegolezzi, smettere di lottare per ore con chi ci ama, trascorrere meno ore in terapia perché il bambino non accetta la tua nuova relazione, parlare coi fratelli per il piacere di scambiare idee piuttosto che per l'eredità, e cosa dire, poi, delle relazioni che si sono trasformate in brighe coi partner commerciali, quando sentiamo un sacco di rabbia per loro, quando uno dice che lavora più dell'altro e quindi merita di più, o del mal di testa per trovare e assumere un professionista, perché la relazione e il clima sul posto di lavoro non sono soddisfacenti.

Tante ore sprecate, tanto dolore e sofferenza quando invece avremmo potuto diffondere una cultura di pace, compassione, temperanza, pensiero razionale, processo decisionale, considerando che la scienza oggi ci fornisce informazioni molto dettagliate. Immaginiamo che mondo avremmo se potessimo insegnare ai nostri figli fin dalla tenera età come essere in disaccordo senza offendere, se potessimo allenarci con giochi per imparare a reagire alle avversità con serenità e buon umore, vedendo il conflitto e risolvendolo tranquillamente; e avendo indulgenza per gli errori di amici, potendo agire con gentilezza ed eleganza a riunioni di famiglia, utilizzando l'empatia per agire con civiltà e diplomazia, mantenendo una postura di eleganza morale in relazioni affettive e professionali?

Abbiamo chiesto a studenti provenienti da oltre 40 nazionalità diverse di rispondere alla seguente domanda: «Se un giorno arrivasse sulla Terra un alieno e tu dovessi mostrargli un grande personaggio, che non sia un barbaro della malvagità, quali cinque esseri umani migliori di tutti i tempi gli mostreresti?». È interessante perché le persone danno sempre la stessa risposta: Gandhi, Madre Teresa, Mandela, Gesù, Dalai Lama o Martin Luther King.

Il rispetto, la considerazione e l'empatia sono motivo potente perché le persone restino connesse a una società, a individui e gruppi. Nelle organizzazioni moderne le persone non sono più trattate come oggetti usa e getta; un'impresa non è come un aeroporto in cui si incrociano individui anonimi. Le persone sono molto importanti, chi gestisce le società mira a valorizzare chi ci lavora con piani professionali di prevenzione che anticipano i problemi di salute. Quando un dipendente è depresso, non è messo da parte, ci si prende cura di lui. Si ascolta, e il contesto è il recupero della fiducia, la motivazione e l'entusiasmo per la vita e il lavoro. Si tratta di una nuova mentalità di corresponsabilità, possiamo dire: co-evoluzione. Questo è il modo più efficace per contrastare la cultura antiquata che vuole individuare un colpevole o un capro espiatorio e che tiene in poca considerazione le persone. Vengono valorizzate le persone con cuore, divertenti, amorevoli, con un vasto know how. Se questo è il segreto del successo perché ancora così pochi praticano questo modo di essere?

Oggi un bambino trascorre una media di otto ore davanti allo schermo. Nel 1980 il tempo dedicato alla discussione in famiglia era di un'ora e 30

minuti. Già nel 2005 era di 20 minuti. Ma perché allora le persone non sono felici e vi è più solitudine in mezzo alla folla? Giusto per menzionare un dato: l'OMS ha dichiarato che nel 2020 la malattia più diffusa nel mondo sarà appunto la depressione. L'85% dell'umanità vive nelle grandi città con la sensazione di appartenere a una folla solitaria. Come re-inventare il rapporto moderno nell'era dello scambio digitale? La gente va a lavorare senza sapere bene perché, sembrano annoiati, non vivi.

E se provassimo a spegnere la luce e il suono del televisore, con le dita, il tocco umano?! Il piacere di sentire. Il mondo dei sogni attraverso altre persone, controllare il tempo, con i computer, incontrarci al tempo di Adamo ed Eva, spegnere il sogno della macchina, ascoltando il cuore, avere un contatto visivo. Una delle trattative più appassionanti, divertenti ed energizzanti è la seduzione tra due persone quando nasce una relazione.

La trattativa è la forma migliore per costruire l'approccio, il rapporto con la voce interiore che ci dice che questa persona è quella *giusta*.

Possiamo imparare a usare il tempo come alleato e non come motivo di conflitto e come un impedimento alla chiusura di accordi.

Vedremo come essere saggi, pazienti e aspettare il contesto *giusto* o il *giusto* momento per dare il *giusto* colpo. Vedremo anche come costruire amicizie e sentimenti positivi e gentilezza possa elevare il rapporto. Un'altra sfida è quella di renderci felici, ritrovare l'armonia e i vantaggi reciproci di una *joint venture* in una partnership stimolante. L'approccio di reciproco guadagno è un *modus pensandi e vivendi* che aiuta a costruire relazioni durature.

Tra i milioni di tirocinanti e studenti che abbiamo avuto nel mondo, quasi il 100% voleva fare trattative win/win, stabilendo rapporti di collaborazione pacifici. Però solo il 20% pratica vantaggi reciproci, mentre l'80% vede la negoziazione come un gioco di braccio di ferro.

La newgoziazione arriva per ridurre la distanza tra la nostra filosofia e la nostra azione pratica.

Tuttavia, sarebbe ingenuo credere che tutto possa essere risolto solo attraverso negoziati pacifici. Impareremo in questo libro quando negoziare e quando combattere. La contrattazione non è solo buona, cooperativa o evasiva. Vedremo ciò che non è negoziabile.

La probabilità di chiudere un affare con la proposta di newgoziazione è maggiore del 30%, stando a dati forniti da studi di avvocati, imprese multinazionali (come la Johnson & Johnson, Sony o Petrobras) che dicono che è possibile massimizzare le nostre chance per concludere accordi più rapidamente. Allo stesso tempo la tecnologia di newgoziazione ci aiuterà a comparare dati e informazioni. La negoziazione pertanto diventa rapida e offre maggiori opportunità di ottenere un affare vantaggioso per entrambi (win/win).

E, infine, il proposito di questo libro: aiutare a creare una relazione migliore con i compagni di viaggio che abbiamo durante la vita: mariti e mogli, figli, colleghi di lavoro, amici e conoscenti per evitare di buttare al vento ore preziose, intrappolati in conflitti inutili e perdendo tempo in lotte dolorose. Lasciamo perdere questo tipo di comportamento! Caro lettore, alla fine di questo libro ti sarai trasformato, anche se poco, in un newgoziatore e a forza di praticare il miglioramento crescerà sempre di più!

La natura primitiva e istintiva della negoziazione ha la sua origine in una parte del cervello chiamata sistema limbico/rettiliano che è responsabile delle emozioni e dei comportamenti di sicurezza. I nostri antenati preistorici lo avevano già prima ancora dell'evoluzione della neocorteccia, il cosiddetto cervello analitico che si è evoluto con il linguaggio. Il sistema limbico insieme al rettiliano è la parte del cervello che non parla, ma sente; là risiedono i cinque sensi e le emozioni, dove nascono frasi come: “Sento che mi posso fidare”, “Sento che è la persona giusta”, “Che profumo di buono ha questa persona”. Forse non sappiamo bene il perché, ma dentro di noi c'è qualcosa di potente che dà questa certezza.

Prendiamo, per esempio, le negoziazioni a fini seduttivi: nelle tribù preistoriche, il rapporto tra l'uomo e la donna era basato su riproduzione e potere. Gli uomini usano la forza per raggiungere l'obiettivo. Si scagliano contro i nemici spinti da sentimenti distruttivi alimentati dalla paura, così come per conquistare la donna. Le tribù preistoriche erano violente e intimidatorie a causa della rivalità tra maschi, un poco come succede con i branchi di animali, dove il maschio alfa domina quelli che gli si sottomettono. Lui decide quale femmina possedere. E non ci sono storie! Le pratiche sociali si raffinano col tempo: autorità, rispetto del potere, dominio, sottomissione, umiliazione, ostracismo, armi e anche riti di stregoneria erano praticati per ridurre i combattimenti e limitare il dissenso. Col tempo il linguaggio galante ottiene più effetti della forza bruta. Diventa uno strumento di seduzione per creare il sogno e stimolare i sentimenti nel cervello limbico.

L'eloquenza, le bugie, la reputazione, lo status sociale, la manipolazione di un Don Juan per sedurre qualsiasi ragazza con promesse (ingannatrici), i vestiti, il signore raffinato, alla fine guadagnano un vantaggio competitivo rispetto al cacciatore brutale. Il profumo diventa uno strumento di negoziazione, l'arte del mangiare e bere con il piacere degli occhi, la danza e la moda sono i ferri del mestiere del seduttore che eccita il cervello limbico e causa la

perdita di controllo. Per esempio: alcune ricerche dimostrano che gli uomini preferiscono le donne vestite di rosso, perché sembrano più sexy e disponibili. Le donne, in altre ricerche, preferiscono gli uomini con cicatrici e barba sul volto. Perché? Segno di virilità, di guerriero che istiga la memoria ancestrale, dell'eroe che combatte e protegge.

Come nel film *Profumo* ci sono profumi usati come maschere con cui le persone giocano o scelgono di attrarre e soddisfare i loro desideri. Gli odori raggiungono la parte rettiliana/limbica, la più profonda e antica del cervello, quella su cui non esercitiamo alcun potere razionale.

1. Adamo e Eva: la madre di tutte le trattative

La magia irresistibile della seduzione è l'arte di parlare al cervello primitivo, diventare un incantatore che rende il sogno piacevole per attrarre l'altro nella propria orbita. Così, come il cliente che non sa quello che vuole, il newgoziatore risveglia i bisogni, crea nuovi desideri, parla all'anima, al cervello rettiliano/limbico.

William Ury sottolinea proprio l'arte di arrivare al cervello primitivo, trovando il sogno e la necessità altrui. Se definiamo la negoziazione come l'arte di mantenere una relazione amorosa, di possedere l'anima e il corpo di un altro, questo può essere un modo di vedere come potere, contesto, relazioni, concessioni, rispetto, opzioni e tempo possono essere strumenti interessanti per ottenere il risultato finale: una relazione di amore. Ed è noto che l'amore ha a che vedere con felicità, longevità e salute¹.

Nella newgoziazione i sogni sono il grilletto: iniziare a stimolare il cervello rettiliano significa attivare il piacere dello sguardo, creare l'atmosfera favorevole, alimentare l'immaginazione. Creare immagini che fanno sognare, risvegliare il sentimento e lo stato d'animo, quella sensazione interiore che ci rende sicuri di qualcosa, tutto questo significa aver raggiunto il *cuore del cervello* o il *cervello del cuore* (il sistema rettiliano/limbico).

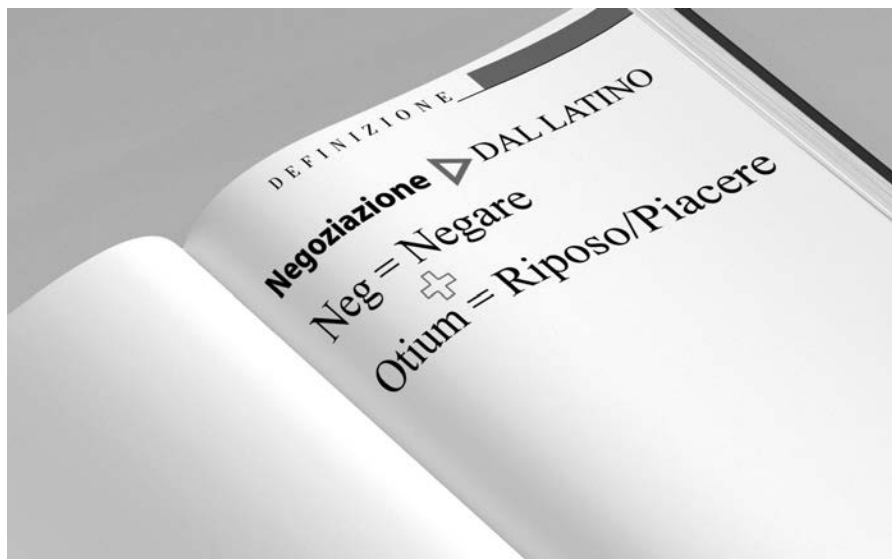
Tra gli esseri umani, secondo Shimi Cohen, lo sviluppo del linguaggio e i pettegolezzi hanno contribuito alla creazione di grandi gruppi e, secondo gli antropologi, gli esseri umani non possono gestire e stabilire relazioni interpersonali strette con più di 150 persone nello stesso modo. Studi su gruppi indicano che il numero ideale di partecipanti perché il gruppo renda è tra dodici e venti: oltre questo numero non si riesce a essere organizzati e a massimizzare i benefici della convivenza e della cooperazione. Per esempio, in un gruppo finanziario con più di venti persone i partecipanti cominciano a combattere e lottare. Per non indurre attriti il trend è quello di creare due

1. Durante il sesso il corpo produce la dopamina, una sostanza che combatte lo stress, le endorfine, che sono "ormoni della felicità", e ossitocina, l'ormone che ci rende appagati.

gruppi distinti. Possiamo citare esperimenti con ratti confinati in un piccolo spazio in stretta vicinanza con l'altro: è noto che presto cominciano a lottare.

L'uomo è un essere sociale e la mancanza di legami interpersonali può portare a gravi disturbi emotivi, sociali e mentali; tuttavia, esiste una misura giusta per non cadere nell'eccesso contrario che provoca altrettante alterazioni emozionali. Secondo Martin Seligman, della Psicologia Positiva, noi nasciamo per rapportarci con l'altro, avere un contatto, toccare ed essere toccato, comunicare, interagire, sentirsi bene ed essere felici.

Fig. 2 – La definizione etimologica di negoziazione



Contrariamente a questo approccio, l'ideologia corrente, indica che i quattro parametri principali di benessere sono misurati con la soddisfazione di carriera, ricchezza, immagine di sé e beni di consumo. Questa cultura particolarmente individualista ed egoista limita le relazioni nella propria famiglia, le relazioni sociali e professionali, vuole massimizzare il potere, il denaro e gli oggetti come forme uniche di riconoscimento. Come possiamo vivere la felicità in questo senso senza sacrificare amici, coniugi, colleghi?! Il cammino per diventare solitario è tracciato!

La fotografia del mondo di oggi è complessa e complicata. Le persone confondono lo scambiarsi foto con la creazione di vincolo e fiducia, non percepiscono che la solitudine cresce, con la fittizia pressione di fare o risparmiare denaro, essere più produttivi al lavoro, creando nuovi bisogni. Lo sguardo è freddo, ognuno resta giovane e bello, e così la gente diventa dipendente da piattaforme sociali e relazioni virtuali. Al suono del messaggio di WhatsApp il cervello produce una sostanza gratificante. E così la vita socia-

le sembra più gradevole, meno costosa per tempo e denaro, la gente si sente protetta e collegata da smartphone. Tuttavia, è illusorio: la raccolta di amici come una collezione di francobolli non funziona. La sensazione principale della persona è più simbolica che reale, come essere popolare e potente – quando si dispone di più di un migliaio di amici su Facebook e non ci si rende conto della differenza tra quantità e qualità dei veri amici.

Secondo Robert Gordon, molti uomini e donne interagiscono, confondendo il vero significato dell'amicizia e intimità, solo attraverso lo scambio di foto e chat, sacrificando la vera relazione. Parlano attraverso la connessione. Un rapporto non vale per i messaggi che compaiono su WhatsApp o per l'invio di messaggi che stai andando a lavorare, dormire, immagini di piatti o feste. Se la persona è molto interessante, la conversazione avviene per un po', ma non c'è contatto tra le due persone, solo corti messaggi, emoticon e simboli, il rapporto non regge: l'immagine è quella di due scimmie in gabbie separate, che digitano sms.

Investiamo il nostro tempo per migliorare il profilo, scegliendo la nostra foto ideale per trasmettere cose buone. Instagram usa photoshop per disegnare un aspetto migliore. Le persone sono più interessate a promuovere l'immagine di sé che alle vere amicizie. La tecnologia del social networking sta cambiando il nostro modo di vivere, di flirtare, offrendo nuovi modelli, nuove forme di vita.

In Giappone e in Cina alcune ricerche hanno dimostrato che i giovani adolescenti, timidi nella vita reale, si sentivano più coraggiosi attraverso una piattaforma virtuale. I social network offrono ciò che Andy Warrol aveva profetizzato: il proprio minuto di fama.

“Condivido dunque sono” è il nuovo Cartesio, il nuovo Shakespeare “Essere o non essere nel nuovo secolo”. In precedenza, le armi, le parole, la psicologia, la stregoneria venivano usati nelle trattative. Ora il nuovo strumento è la tecnologia. Seducente! Invece di inviare lettere profumate, oggi, scegliamo una rosa virtuale da WhatsApp; invece di una una poesia, un video creato da altri. Usiamo la tecnologia proletaria: copia-incolla quello che gli altri creano, diventiamo virali, invio in massa a amici, potenziali amanti, viene replicato lo stesso messaggio, per pigrizia o per guadagnare tempo. Diventiamo robot delle reti sociali, della tecnologia utilizzata per definire il sé attraverso la condivisione di pensieri e sentimenti. Come il CEO di Google dice: possiamo creare più identità nel mondo virtuale, creare nomi, inventare storie, nulla mai sarà controllato e l'unico modo per proteggere noi stessi è quello di nasconderci dietro un velo, con un'identità inventata. Le persone rimangono 24 ore, in uno spazio di cinque metri. Il telefono intelligente è come un orsacchiotto, un feticcio che ci lega alla nostra tribù, famiglia e ci fa sentire integrati.

Uno studio condotto nel Regno Unito ha chiesto a circa 2000 volontari, uomini e donne, cosa avrebbero voluto cambiare del proprio partner. Le ri-

sposte più frequenti sono state: più romanticismo per le donne e sesso più frequente per gli uomini!

Le donne generalmente priorizzano il fattore emozionale (sentimento di essere amate) perché sono abituate a sentirsi le catalizzatrici del desiderio sessuale, mentre gli uomini separano il sesso dall'amore.

La newgoziazione propone un approccio differente in relazione al sesso, al lavoro, alle relazioni in genere: il newgoziatore sarà capace di allineare gli interessi in gioco, migliorando le avversità e raggiungendo un accordo proficuo per entrambi gli attori coinvolti.

Se la sessualità è la madre di tutte le trattative, non tutte le trattative sono rivolte a un relazionamento *amoroso*. Vediamo dunque di scoprire cosa spinge le persone a perdere il controllo, così potremo applicare gli insegnamenti in altre aree. La gestione di sentimenti ed emozioni è un'equazione per abbinare desideri e necessità; un gioco di potere o la ricerca di terreno comune. In questa "danza", si muovono vari profili di negoziatori, all'interno di contesti specifici. Per capire con chi abbiamo a che fare, prestiamo attenzione ai loro comportamenti, ai loro modi di gestire le situazioni, a come sono leader. Daniel Golman sa che un leader è il principale fattore per influenzare il lavoro di squadra. A seconda di come esercita la sua leadership, può sedurre, coinvolgere, animare oppure allontanare, demotivare, raffreddare.

2. Stile e identità del negoziatore

Se prestiamo attenzione, vedremo che di fronte a una stessa situazione, persone differenti reagiscono in forma differente. Probabilmente sarà già successo di immaginare che Tizio in questa situazione avrebbe provocato una confusione e che Caio invece avrebbe fatto il contrario. Come mai succede? La risposta sembra ovvia: gli esseri umani sono differenti. Allora andiamo in profondità, cosa ci rende differenti? Il nostro funzionamento interno! Le nostre sensazioni, i nostri ormoni, i nostri contatti neuronali, che sono anche frutto del nostro vissuto durante l'infanzia, l'adolescenza e che continua a rinnovarsi o avvalorarsi durante il nostro essere adulti. Dunque questo agglomerato ingarbugliato di sensazioni e ormoni producono emozioni, che a loro volta producono comportamenti. Ecco spiegato semplicemente un modello ovviamente incredibilmente complicato e complesso: immaginiamo appunto un iceberg. Quello che vediamo, la punta della montagna di ghiaccio, sono i comportamenti, quello che non vediamo sono i fattori che determinano questi comportamenti, ovvero le emozioni, ovvero le sensazioni. Ancora più profondamente stanno nascoste le cause che hanno provocato queste sensazioni che a loro volta hanno prodotto questi ormoni che hanno determinato le emozioni, che hanno originato i comportamenti che stiamo