

Enrico Cogno

PAROLE
PAROLE
PAROLE

PICCOLE STORIE DI COMUNICAZIONE

Postfazione di
Lisa Cogno Flores

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



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 homepage
al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail
le segnalazioni delle novità.

Enrico Cugno

PAROLE
PAROLE
PAROLE

PICCOLE STORIE DI COMUNICAZIONE

Postfazione di
Lisa Cugno Flores

FrancoAngeli

Copyright © 2020 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

7, Bridge over troubled water, di Aldo Brigaglia

13, Ouverture

17, Time goes by

21, Ghost

24, L'esercito del surf

30, Solo tre parole

39, 'Na tazzulella 'e caffè

45, E io tra di voi

53, Centro di gravità permanente

58, Erba di casa mia

60, Tu chiamale se vuoi emozioni

63, Ci vuole orecchio

68, Te lo leggo negli occhi

76, Se le cose stanno così

82, Caos calmo

86, Questione di feeling

88, C'è chi dice no

94, Caro amico ti scrivo

100, Un italiano vero

108, Il nostro concerto

116, Sotto le stelle del jazz

124, A chi

126, Spaghetti blues

139, Almeno tu nell'universo, di Lisa Cugno Flores

143, Autoritratto

Bridge over troubled water di Aldo Brigaglia

Nel mondo moderno, il vero pericolo non è il virus: al contrario, è l'assenza di viralità. Nel mondo moderno, il nemico pubblico numero uno è la mancanza di comunicazione.

Nelle relazioni interpersonali, nel rapporto di coppia, negli incontri aziendali, nei confronti con qualsiasi controparte, persino nei rapporti tra Stati, se non c'è comunicazione si generano equivoci, malintesi, tensioni, ripicche, ritorsioni, conflitti. Persino guerre.

L'assenza di comunicazione è come un novello Minotauro che se ne sta rintanato in un meandro del labirinto, pronto a mangiare chi vi si avventura privo degli strumenti e delle conoscenze necessari a districarvisi. In questa metafora, il labirinto è la comunicazione stessa: se ti ci sai muovere ti salvi, altrimenti finisci dritto nelle fauci dell'incomprensione.

Enrico Cugno è il Teseo dei nostri giorni. Lui non si avventura alla cieca, lui il labirinto lo conosce, lo interpreta, lo descrive, lo insegna agli altri. E ne racconta in maniera mitica e fascinosa i grandi segreti e ogni piccolo riposto meccanismo.

Organizzare le attività di comunicazione, intuire gli atteggiamenti dell'interlocutore, studiarne la psicologia ed entrarci in sintonia, garantire l'efficacia di una riunione, imparare a costruire e mantenere l'autocontrollo, saper ribaltare situazioni che sembrano irrisolvibili per trovare un diverso, inaspettato approccio alla soluzione: un mare di sapienza che Enrico ha elaborato in anni e anni di professionalità spesa come docente, come consulente, come fondatore e animatore del Centrostudi Comunicazione Cagno Associati, gestito con impegno e genialità insieme alla moglie Margherita Bruno e alle figlie Lisa e Antonella. Per insistere nell'immagine mitologica, si può dire che Margherita sia stata l'Arianna della situazione: era lei, spesso, che sapeva tenere il filo necessario a non perdere la direzione e a trovare le vie d'uscita.

Questo libro, senza volerlo, è anche un manuale didattico. Senza volerlo, dico, perché in realtà Enrico non lo ha scritto - come ha fatto più volte in precedenza - per trasmettere la sua scienza agli apprendisti stregoni della comunicazione. No, stavolta lo ha scritto con il solo e semplice intento di raccontare delle storie di vita, di vita sua, aneddoti del suo percorso umano prima che professionale. Alla fine, però, rimane nel lettore un tesoretto di nozioni e di conoscenze capaci di gettare nuove luci e aprire nuovi orizzonti di riflessione non solo in chi voglia imparare ma anche in chi di comunicazione ne mastica già abbastanza.

Il segreto vero, poi, sta nella straordinaria capacità affabulatoria di Enrico. Oggi si chiama storytelling, ma è arte che viene da lontano. E nonostante ciò non sono molti quelli che la sanno praticare in maniera così coinvolgente.

Lo scrittore francese Christian Salmon (autore del libro *Storytelling. La fabbrica delle storie*) nel suo recente *Fake* denuncia la fine della narrazione, almeno come l'abbiamo conosciuta in trenta secoli di civiltà umana da Omero ai giorni nostri. La narrazione è morta - sostiene Salmon - perché è morta la story ("la buona vecchia storia, quella con un inizio, una fase centrale e una fine"), sostituita da uno storytelling che, come accade per esempio nella politica, si basa spesso sulla menzogna e impiega "formule e retoriche persuasive, seducenti, ma completamente separate da ogni tipo di realtà".

Non è il caso di Enrico, chiariamolo subito. Non solo perché il suo è racconto di pure verità, ma anche perché si avvale di nozioni, di esperienze, di argomentazioni e di articolazioni logiche generalmente sconosciute allo storytelling farlocco descritto da Salmon. Con una qualità ulteriore: una scrittura pulita, scorrevole, trascinante, che - in tempi in cui nessuno più sa cosa sia il congiuntivo - rivela amore, rigore, raffinata conoscenza e sapiente impiego della lingua italiana. Cosa capace di mandare in sollucchero gente come me appartenente (come Enrico) alla tribù sempre più sparuta dei PPP, i Puntigliosi Propugnatori della Punteggiatura.

La mia pluridecennale amicizia con Enrico, nata in una serata di cazzeggio durante un viaggio di studio in Giappone con l'Associazione dei Pubblicitari Professionisti, anche di cazzeggio si è continuamente alimentata. Per esempio, quando lui in questo libro ha citato la frase di Gilbert Arland "Se non colpisci il bersaglio, la colpa non è mai del bersaglio", io gli ho suggerito di sostituire allo storytelling il guglielmotelling.

Ma a Enrico mi lega anche la comune passione per la musica, quella che ci ha portato (metà cazzeggio e metà esercizio di memoria rock) a titolare i capitoli di questo libro con riferimenti a note canzoni, il cui significato si ritrova poi nel tema del capitolo.

Motivo per cui anche questa mia prefazione reca il titolo di un vecchio brano di Simon e Garfunkel, intendendo la comunicazione come il ponte che aiuta a superare le acque più turbolente.

Aldo Brigaglia

L'amore
ha il nome di un fiore:
Margherita.

Ouverture

“A proposito di questo, mi è accaduto, tempo fa...”

È una frase che ho detto spesso, nei corsi di formazione, raccontando diverse esperienze pratiche della mia vita professionale allo scopo di unire sempre, alla teoria, una visione pragmatica.

Nello svolgimento di una serie di corsi di formazione per dirigenti mi sono trovato, qualche anno fa, a lavorare in coppia con un collega che conoscevo solo di nome. Era stato incaricato di svolgere una disciplina che abitualmente trattavo io (lo Sviluppo della creatività) ed ero interessato a sapere come lui affrontasse quell'argomento. Gli domandai di poter assistere, come uditore, a una sua lezione; accettò volentieri e gli chiesi ovviamente di ricambiare la cortesia, cosa che fece con entusiasmo. Al termine dello scambio ci vedemmo al bar per un po' di approfondimenti: scoprimmo che ognuno aveva colto molti spunti interessanti dall'intervento dell'altro. Io gli confidai un mio timore, quello di ricorrere troppo spesso all'uso di aneddoti, e scoprii che questa tecnica invece lo aveva attratto più di ogni altra. Mi definì un piccolo principe dello storytelling. Così, da allora, ho smesso di preoccuparmi di questa mia abitudine.

In effetti, presentare sotto forma di “piccolo racconto di vita” delle tecniche e dei metodi manageriali aiuta il coinvolgimento degli studenti e attiva il loro ascolto. Lo storytelling rende attrattiva la comunicazione.

Secondo Hemingway per raccontare una storia bastano sei parole. L'esempio che forniva era questo:

“Vendo scarpe da bambino, mai usate”.

Era una provocazione, tipica del suo stile di vita e di espressione letteraria.

Credo volesse dire che ognuno, letta quella frase, doveva per forza pensare a cosa si nascondesse dietro a quelle sei parole: forse il fatto che, al bambino, le scarpine non erano mai piaciute e non le aveva mai indossate, oppure, più facilmente, si pensava al dramma forse nascosto dietro a quel mancato utilizzo, a causa di una morte prematura.

Diventa spasmodicamente necessario sapere perché quelle scarpe non erano mai state usate. È l'innesco di una curiosità troppo viva per non essere appagata.

Alfred Hitchcock, maestro di questi inneschi, ne ha fatto la cifra del suo lavoro d'autore e di regista.

Ho degli amici in California che mi hanno raccontato che Hitchcock, da quando nel 1940 aveva lasciato l'Inghilterra per gli Stati Uniti, si divertiva in un modo curioso, un po' sadico. Quando a Hollywood entrava con un amico in un ascensore affollato, cominciava a

narrare ad alta voce brevi racconti gialli (che inventava sul momento) facendo attenzione a portare l'ascolto dei presenti sino al momento esatto in cui stava per annunciare chi fosse l'autore del delitto, ma giusto in tempo per uscire prima degli altri, così che tutti rimanessero senza sapere la fine del racconto, tormentati dalla suspense.

Con meno sadismo rispetto ad Hitchcock, ricorro spesso in aula ad un espediente dall'effetto simile: mi interrompo improvvisamente per domandare:

“Sapete cosa mi è accaduto questa mattina, mentre cercavo parcheggio per venire qui?”.

Pausa.

“Non mi è accaduto nulla. Era solo una dimostrazione del potere che ha l'annunciare che si sta per raccontare una piccola storia. Il risultato è che *avete tutti elevato l'ascolto*: eravate già attenti, lo siete diventati ancora di più”.

Quando s'inizia a raccontare un aneddoto, una storia, un fatto di vita, è inevitabile ottenere un'attenzione maggiore. È la base dello *storytelling*.

Molti amici e colleghi, che sono ormai abituati a questa mia mania di raccontare piccole storie professionali per elevare il livello d'ascolto, hanno ritenuto utili diversi di questi aneddoti e mi hanno invitato a non disperderli. Per questo motivo ho cominciato a scriverli. Eccone alcuni.

1. Time goes by

Mi ero iscritto a un corso destinato a migliorare “la gestione del tempo”. A mio avviso il titolo era sbagliato. Quando lo feci notare al docente, questi s’irritò moltissimo: “Cos’ha di sbagliato?” sbottò. “Non è il tempo che deve essere gestito”, chiarì. “Il tempo non si può gestire, come non lo si può fermare. Sono le attività che devono essere gestite”.

I giapponesi sono maestri nel gestire le pratiche scorrette che danneggiano le attività di lavoro. Le chiamano muda.

Ecco degli esempi.

- l’incapacità di fare sintesi;
- la ripetizione degli errori;
- le continue interruzioni;
- il prendere in esame le cose più volte anziché farle subito (e bene) la prima volta;
- fare una seconda telefonata perché ci si è dimenticati di dire una cosa importante, visto che non ci eravamo appuntati, prima di telefonare, le cose da comunicare;
- applicare la delega al contrario, come quelli che dicono al collaboratore che arriva con un problema “Lascialo qui, lo vedo dopo” anziché mettere sulla porta un

cartello che impone di entrare solo se si hanno tre soluzioni per il problema che viene presentato.

Come si può immaginare, entrai in rotta di collisione con il docente e me ne andai.

Altra cosa che mi ha sempre infastidito è la frase tipica di quelli che non mettono in pratica nessuno dei suggerimenti prima indicati e se la prendono con gli orologi:

“Il tempo è tiranno” è la loro frase preferita.

Le lancette dell’orologio girano per tutti in modo uguale. Ogni persona ha lo stesso tempo che ogni giorno hanno avuto Leonardo, Michelangelo, Newton, Einstein e tanti altri geni. Gli orologi non sono né tiranni né benevoli: sono strumenti di misura. Chi non sa gestire le attività, tuttavia, non ammette che sia solo sua responsabilità se non riesce a utilizzare al meglio questa democratica risorsa comune a tutti gli esseri umani.

Il vero unico guaio è che il tempo scorre inarrestabilmente.

Ricordo che un giorno, in una tv statunitense, vidi la ripresa di un processo: una testimone (una di quelle signore delle quali si dice “si capiva che era stata bella”), tutta agghindata a festa per l’occasione, si accomodò al banco. Il giudice le chiese il nome: “Mary Terrybrown” rispose pronta. “La sua età, signora”, continuò il giudice.

Il volto di Mrs. Terrybrown si contrasse. Avrebbe voluto rispondere: “Screanzato, non si chiede l’età a una signora” ma si trattenne per paura di essere incriminata per offesa alla corte. Si chiuse in un duro riserbo. Dopo un paio di minuti d’imbarazzo nell’aula, il giudice sibilò: “Mrs. Terrybrown, le ricordo che ogni minuto che passa peggiora il problema.”

È vero. Ogni minuto che passa peggiora la situazione di tutti. Solo che da giovani, con tutta la vita davanti, non ci pensa nessuno. Sappiamo di essere, tutti, prodotti in scadenza, come il latte e la carne, ma mentre per le merci, la scadenza è indicata per legge in modo chiaro e leggibile, la nostra data di scadenza è sconosciuta. Non si sa neanche quando arriva la terza età. Quando si scopre che siamo diventati anziani è già tardi per dolersene e ogni minuto che passa.... Appunto.

L’età si è comunque allungata per tutti. Dai 44 anni di media della vita dei secoli scorsi, siamo ormai tutti “diversamente giovani”.

Si è, cioè, in quel periodo in cui ti accorgi che i colpi della strega superano i colpi di fulmine. Oggi il mercato è pieno di offerte di pannoloni, di montascale, di cellulari a grandi caratteri, di protesi uditive così piccole che se non stai attento ti vanno a finire dall’orecchio allo stomaco. Vi sono, però, anche dei vantaggi: non si