

CHIEDI ALL'ESPERTO

1 - A COSA SERVONO I SOGNI, VISTO CHE NON SONO MAI RIUSCITO A VINCERE AL TOTOCALCIO?

Ma i sogni non hanno nulla a che fare con i numeri o le previsioni per il futuro! E questo lo sapevano anche gli antichi. Persino Cicerone, più di duemila anni fa, si prendeva gioco dei vaticini. Lui raccontava di un corridore che sperava di vincere le Olimpiadi. Una notte sognò di esser trasportato da una quadriga. La mattina seguente l'interprete gli disse: «i cavalli erano veloci, vincerai». Poi l'atleta si recò da Antifonte che profetizzò: «i cavalli ti precedevano, quindi perderai». Insomma, queste storie sono affascinanti, ma totalmente arbitrarie.

La funzione dei sogni è chiaramente un'altra. Servono a esprimere le nostre emozioni, sono una spinta a capire cosa desideriamo e come possiamo agire. Ci permettono di rielaborare i sentimenti vissuti durante il giorno, legati agli affetti, alla famiglia o al lavoro, senza essere distratti da altri stimoli esterni. Tutto questo avviene attraverso tematiche tipiche, dei topos ricorrenti, come essere inseguiti, cadere nel vuoto o fare un esame. Lo dimostrano le ricerche condotte con il Typical Dreams Questionnaire da Tore Nielsen e Antonio Zadra in Canada: in tutte le aree geografiche del mondo i temi sono quasi sempre gli stessi. Purtroppo, sono per lo più negativi, perché la loro funzione è quella di mettere in scena i nostri timori e le nostre preoccupazioni e aiutarci ad affrontare il giorno successivo con una nuova spinta emotiva.

Vi faccio un esempio. Tempo fa ho sognato di dover fare un esame di abilitazione insieme a colleghi più giovani. Ero a disagio, vestito malissimo. Io non riuscivo a scrivere nulla, mentre gli altri intorno a me erano sereni. Il sogno era una metafora che mi permetteva di contestualizzare uno stimolo o un vissuto: attraverso la fase onirica l'inconscio infatti mette in luce pensieri che di giorno non riescono ad affiorare completamente. È come se ci invitasse a ricordare quello che è importante per noi, un consolidamento delle esperienze e dei legami significativi. Nel mio caso non era un timore reale, ma un dubbio che non avevo ancora focalizzato: arrivato alla mia età è giusto pensare a un graduale ritiro? Una domanda che merita una profonda riflessione. ●

A CURA DI ISABELLA LECHI

Le risposte alle domande che non hai mai osato fare



ALFIO MAGGIOLINI, psicoterapeuta.

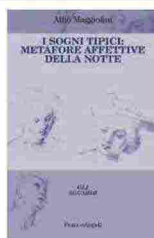


ESKY

THE EXPERT OPINION

Ha quasi novant'anni, ma è ancora attualissimo. Esky è l'iconica mascotte di *Esquire*, apparsa per la prima volta sulla cover del secondo numero, uscito nel gennaio 1934. Fu creata da Elmer Simms Campbell, primo cartoonist afroamericano pubblicato su riviste patinate a diffusione nazionale negli Stati Uniti.

☹️ Sognare serve a mettere in scena i nostri timori e le nostre preoccupazioni, e ci aiuta ad affrontare il giorno successivo con una nuova spinta emotiva



DREAM ON
Il libro di Alfio Maggiolini, *I sogni tipici: metafore affettive della notte per capire meglio noi stessi*, Franco Angeli, pp. 175, euro 24.



RESTARE UMANI
Il libro di Carlotta Sami, *Rifugiati, verità e falsi miti. Dati, analisi e storie vere per demolire pregiudizi e luoghi comuni*, HarperCollins, pp. 160, euro 16.

2 - PERCHÉ CI CONVIENE AIUTARE I RIFUGIATI?

Innanzitutto, perché è un nostro preciso dovere! Il 42% di tutte le persone costrette a fuggire sono ragazze e ragazzi sotto i 18 anni. E poi perché i rifugiati possono diventare una grande risorsa, come abbiamo dimostrato con il programma Welcome di UNHCR. Negli ultimi 3 anni abbiamo supportato oltre 240 fra piccole, medie e grandi aziende che hanno favorito l'inserimento lavorativo di oltre 4.500 rifugiati in diversi ruoli: front office, magazziniere, contabile o tecnico informatico, grazie a partnership con aziende come Gucci, Lavazza, Carrefour e Reale Mutua. I responsabili degli uffici del personale ci dicono che hanno rilevato un'incredibile crescita motivazionale di tutto il team, anche delle persone già assunte. Un altro successo lo abbiamo ottenuto con i corridoi universitari, grazie ai quali siamo riusciti a far studiare ragazzi che nel loro Paese non potevano trovare un'educazione adeguata, creando tanti nuovi progetti internazionali.

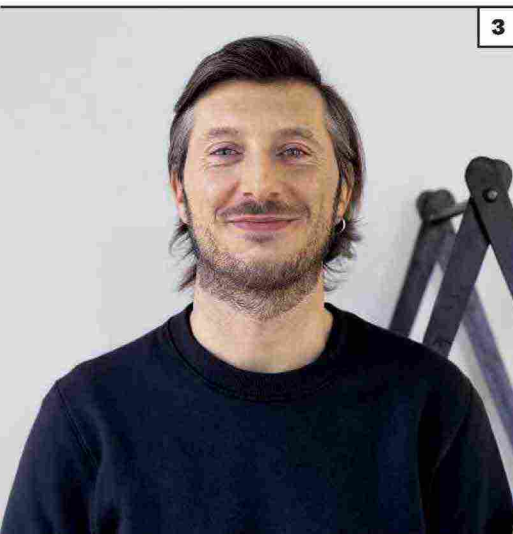
Insomma, non mi stancherò mai di ripeterlo, i rifugiati possono contribuire a far crescere la società che li accoglie. Io amo citare l'esperienza di Samy Salih. Suo padre era un maresciallo dei ribelli curdi, perseguitato dal regime di Saddam Hussein, per cui fu costretto a fuggire in Italia. Oggi è diventato un parrucchiere

rinomato e al momento ha aperto tre negozi dove ha assunto nove dipendenti. «Sapere di dover dare da mangiare a nove famiglie mi fa sentire molto responsabile e sempre con i piedi a terra» mi ha detto. E questo scambio reciproco di aiuti non avviene solo nei Paesi più ricchi, ma persino in Africa. Prendiamo l'Uganda. Nel biennio 2017-2018 ha accolto più di 2mila persone al giorno. Un milione di sud-sudanesi e altri profughi dal Burundi e dalla Repubblica Democratica del Congo ne hanno fatto esplodere la crescita demografica, facendolo diventare il Paese con il più alto numero di rifugiati del continente (oltre 1 milione e 400mila).

Nonostante le difficoltà, il governo ugandese ha mantenuto le frontiere aperte, assegnando a ogni rifugiato un lotto di terra di trenta metri quadrati, l'accesso all'acqua, alla scuola e agli ospedali. I rifugiati hanno potuto lavorare fin dal primo giorno e muoversi liberamente. Il governo ha coinvolto le comunità ospitanti: il piano prevedeva che qualsiasi servizio messo a disposizione dei rifugiati potesse essere goduto anche dalle comunità locali, villaggi per lo più molto poveri. Questo ha dato vita a micro-progetti e ha fatto nascere tante piccole aziende a beneficio di tutti. Una storia che, volendo, si potrebbe ripetere all'infinito. ●



CARLOTTA SAMI, portavoce di UNHCR in Italia.



ANDREA VIBERTI docente di brand identity presso lo IED.

3

3 - COME FACCIO A DIVENTARE IL MIGLIOR INFLUENCER DI INSTAGRAM?

Io spiego sempre ai miei studenti che devono fare una scelta di base: puntare sulla quantità o sulla qualità. Nel primo caso è fondamentale postare con grande frequenza, anche quattro o cinque volte al giorno, seguendo le tendenze contemporanee: l'attualità, il cibo più trendy, l'evento mondano. È chiaro che questo approccio offre una grande possibilità di condivisione, ma comporta che i risultati siano effimeri perché devono essere alimentati subito con nuovi post. Tutto questo richiede un notevole impegno di tempo, direi dalle quattro alle cinque ore al giorno. L'immagine ovviamente dev'essere perfetta: chi vuole ottenere larghe condivisioni farebbe bene a dotarsi di software professionali come Photoshop, per poter rielaborare le immagini in post-produzione. Creando un piano editoriale che permetta di ottenere delle macchie di colore coordinate, in modo tale che quando si scorrono le fotografie sul telefonino, si percepisca una visione armonica delle crome.

L'altra strada, che io consiglio fortemente, è puntare sulla qualità. In questo caso si scelgono al massimo due o tre settori, ad esempio i viaggi o i ristoranti gourmet, limitandosi a

produrre uno o due post a settimana di altissimo valore. In questo caso è fondamentale specializzarsi in un settore, magari occuparsi solo di cibo vegano, perché in questo modo si entra in una nicchia di tendenza. Quando il post è stato ben ponderato, si può persino evitare la post-produzione, per rendere più autentiche le nostre immagini. Un po' come stanno facendo da qualche anno le grandi aziende di moda come Zara e H&M, che pubblicano scatti non ritoccati, che lasciano in vista i piccoli difetti dei modelli, per renderli più umani. Grande attenzione va messa anche nella scelta degli hashtag con temi molto mirati: ad esempio la parola shoes è troppo generica, molto meglio concentrarsi su un tema più specifico, come potrebbe essere vegan shoes. I contenuti del testo devono essere brevi, secondo Google non devono contenere più di 55 caratteri, la soglia massima di attenzione di un utente medio.

Un ultimo consiglio: non fatevi attrarre troppo dalle sponsorizzazioni: a meno di non essere un influencer famosissimo si guadagna poco e si allontanano molti follower, che non amano ritrovarsi in mezzo alla pubblicità. ●

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600