

Iniziativa di Dario Turrini, consulente e formatore della comunicazione

Shakespeare scelto a modello per i manager del Bel Paese

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 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'ono-

re. 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 catalizzando 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, poichè "totus mundus agit histrionem".



Nella foto: un manager di Wall Street

Shakespeare scelto a modello per i manager del Bel Paese

Il presidente della Consob, Antonio Di Pietro, ha scelto il modello del barone di Shakespeare per i manager del Bel Paese. Di Pietro ha parlato di "barone di Shakespeare" riferendosi al personaggio di Shylock, un ebreo usuraio che appare in "Il mercante di Venezia".

Il presidente della Consob, Antonio Di Pietro, ha scelto il modello del barone di Shakespeare per i manager del Bel Paese. Di Pietro ha parlato di "barone di Shakespeare" riferendosi al personaggio di Shylock, un ebreo usuraio che appare in "Il mercante di Venezia".

TUTTO IN DIGITALE SUL CANALE 62

7

www.ore12.it