

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".

www.ecostampa.it

003500



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 come modello per i manager del Bel Paese il personaggio di Shakespeare. Di Pietro ha parlato durante un'intervista a Radio 105, in occasione della trasmissione "L'Espresso di Borsa".

Di Pietro ha detto: "Shakespeare è un modello per i manager del Bel Paese perché è un uomo che ha saputo navigare in un mondo di incertezze e di rischi, e che ha sempre trovato il modo di sopravvivere e di prosperare".

Di Pietro ha anche parlato della sua esperienza di presidente della Consob, e ha detto: "La Consob è un organismo che ha il compito di tutelare gli investitori e di garantire la trasparenza del mercato. È un organismo che deve essere indipendente e imparziale, e che deve essere in grado di prendere decisioni difficili e scomode".

Di Pietro ha concluso l'intervista dicendo: "Sono orgoglioso di essere presidente della Consob, e di poter contribuire alla crescita e alla prosperità del nostro Paese".

FUSI **TUTTO IN DIGITALE SUL CANALE 62**

NETGEO **SIFA IN 7**

PRETE **WWW.PRETE.IT**