

Formazione e parole paravento^{*}

di Claudio Nutrito^{**}

*“Ci sono persone che parlano, parlano ...
finché non trovano qualcosa da dire”*

Sacha Guitry

Va subito precisato che quelli “che parlano, parlano ...finché non trovano qualcosa da dire” sono... gli altri. Si tratta, infatti, di una prerogativa che riguarda molte persone, ma — come si suol dire — “esclusi i presenti”. I presenti, nel nostro caso, sono: chi legge questo articolo e chi lo ha scritto,

Fatta questa doverosa premessa va rilevato che, eccezionalmente, può succedere a tutti di dover o voler parlare senza avere gran che da dire. Del resto — siamo realisti — mica si può pretendere che ogni volta che si apre bocca si sia obbligati a produrre un discorso chiaro, completo e approfondito...

Questo scritto presenta una serie di parole-paravento, parole cioè utili nel caso ci si trovi a corto di idee o di argomenti. Ciò non significa che queste parole sono, di per sé, vuote, prive di senso: sono, infatti, utilizzabili in modo adeguato, anche nel corso di una discussione approfondita. Si tratta dunque di parole passepartout: il loro significato è quanto mai elastico.

Sono vocaboli da esibire come segno di una distinzione sociale. Sono, in molti casi, delle vere e proprie parole strappa-applauso. Lo si può verificare in molti talk show televisivi. In tv il tempo a disposizione è, per definizione, limitato. Di conseguenza, quando non si ha niente da dire occorre dirlo in forma sintetica: ed è questo uno degli elementi che rendono i talk show un terreno quanto mai fertile per le parole-paravento.

E, diciamo la verità, anche in certi talk show della formazione si fa ampio ricorso a queste parole.

^{*} Rielaborazione dal libro “Parole paravento. Le parole utili quando non si ha niente da dire”, Alberto Perdisa Editore, 2006

^{**} Trainer in creatività. Vice Presidente Delegazione AIF Emilia Romagna.

Le parole-paravento sono parole in grado di dare gusto al discorso, così come l'uva sultanina da gusto al panettone. Con una differenza: non dobbiamo preoccuparci della consistenza dell'impasto che sostiene i vari chicchi di uva sultanina. Fuor di metafora: non curiamoci troppo della sostanza del discorso.

Banalizzare

Ci sono persone che odiano la semplificazione perché ritengono che semplificazione e serietà siano due concetti contrastanti: "Non è serio spiegare qualcosa in modo così semplice da farsi capire anche da un bambino".

Se ci irrita sentir trattare con semplicità argomenti che siamo avvezzi ad esporre in modo sofisticato e complesso è d'uopo reagire rilevando, innanzi tutto, che tale modo di esprimersi non va definito semplice, bensì semplicistico: non si tratta, infatti, di semplicità, ma di eccessiva semplificazione.

Ma il vero asso nella manica è la parola "banalizzare": "Ma questo è un modo di banalizzare l'argomento!". Così l'incauto divulgatore, dal linguaggio "terra terra", avrà automaticamente assunto le vesti di rozzo semplificatore.

Prendendo di mira queste banalizzazioni conquisteremo facilmente l'approvazione dei molti nemici della semplicità che, come ha rilevato Tullio De Mauro*, se "gli dite che 'a livello di strutture profonde e di correlati epistemici neurologicamente saturati sussiste la necessitazione semiotica del condizionamento remanico del translinguistico' a queste persone brillano gli occhi e vi guardano con entusiasmo anche se non capiscono, anzi, proprio perché non capiscono".

Quando non si ha nulla da dire, è bene dirlo nel modo più complicato possibile.

Meglio quindi — per non cadere nella trappola della semplificazione —, tenere presente che "in Italia la linea più breve fra due punti è un arabesco" come ha detto Ennio Flaiano.

Poco importa, se neppure noi capiamo quel che diciamo. Dice il personaggio di una commedia di Oscar Wilde ("Il razzo straordinario"): "Mi piace ascoltarmi parlare. E' uno dei miei divertimenti preferiti. Spesso tengo lunghe conversazioni solo per me, e sono così intelligente che alle volte non capisco nemmeno una parola di quanto mi dico."

* Tullio De Mauro, *Le parole e i fatti*, Editori Riuniti, Roma, 1978

Bisogno di comunicare

Menzionare il bisogno di comunicare significa dimostrare che conosciamo la natura umana. Affermeremo che il bisogno di comunicare nasce dal bisogno di condividere. “Bisogno di comunicare” e “bisogno di condividere” sono due potenti espressioni paravento.

Certo, se non è ben chiaro quel che si vuol comunicare, è normale che sia avvolto dal mistero anche l’oggetto della condivisione. Poco male: condividere significa soprattutto “stare insieme”. E se “l’importante è stare insieme” va da sé che, in questa prospettiva di “aggregazione”, il “momento d’incontro” è prioritario rispetto al “momento di chiarezza”.

Ci si potrebbe allora chiedere: “Bisogno di comunicare cosa?”.

Se lo chiede anche Georges Perec* aggiungendo altre due domande, che ci fanno scorgere due possibilità di risposta: “Bisogno di comunicare che si ha bisogno di comunicare? Bisogno di comunicare che si sta comunicando?”.

Un altro spunto lo offre la frase di John Cage: “Non ho niente da dire e lo sto dicendo”.

Un’ulteriore possibilità è suggerita dalle parole di Winston Churchill, riferite ad un parlamentare inglese: “Prima di alzarsi per parlare, non ha idea di quel che dirà. Mentre parla, non ha idea di quello che sta dicendo. E quando si siede, non ha idea di quello che ha detto”.

Ed ecco allora che — dalle parole di Georges Perec (a, b), John Cage (c) e Winston Churchill (d) — abbiamo individuato alcune interessanti declinazioni del bisogno di comunicare:

- a) Bisogno di comunicare che abbiamo bisogno di comunicare.
- b) Bisogno di comunicare che stiamo comunicando.
- c) Bisogno di comunicare che non abbiamo niente da comunicare.
- d) Bisogno di comunicare che non capiamo quello che stiamo comunicando.

Coniugare

C’era un tempo in cui si stentava ad individuare la soluzione a problemi complessi, con in gioco esigenze molteplici e talvolta contrastanti. Poi, fortunatamente, abbiamo scoperto il verbo “coniugare”, una parola

* Georges Perec, *Sono nato*, Bollati Boringhieri, Torino, 1992.

paravento che ci consente di indicare sempre la giusta strada: “Bisogna coniugare le esigenze economiche con quelle sociali”, “Occorre coniugare l’emotività con la razionalità”, “È necessario coniugare innovazione e tradizione”.

Il discorso suonerà ancora più autorevole se, al verbo coniugare, faremo seguire la parola “dimensione”: “L’obiettivo è coniugare la dimensione locale con la dimensione nazionale”.

Il verbo coniugare si riferisce anche al matrimonio dove però possono coniugarsi due soli soggetti, altrimenti si sconfinava nella poligamia o nell’ammucchiata. Il nostro coniugare, invece, non prevede il numero chiuso: è aperto ad un’indefinita quantità di elementi. Anzi, di “dimensioni”. Esempio: “Occorre coniugare la dimensione personale con quella familiare e con quella sociale. La dimensione sociale, a sua volta, va coniugata con la dimensione politica, con quella economica, con quella culturale...”.

Consapevole

Ecco il presupposto: gli atteggiamenti e i comportamenti di oggi sono guidati dall’incoscienza, dal pressapochismo, dalla faciloneria.

Magari questa visione è un tantino disfattista. Ci consente però di inserire nel nostro discorso un’affascinante parola paravento (molto amata dai formatori): consapevole.

Con l’aggettivo “consapevole” il nostro parlare assumerà le vesti di un proclama, di un invito alla presa di coscienza. Auspicheremo quindi un consumo consapevole, un’alimentazione consapevole ecc. Contro l’abitudine di guardare la TV passivamente, senza spirito critico, caldeggeremo una non meglio identificata “fruizione consapevole della TV”.

Il termine “consapevole” è un segnale della nostra saggezza. È un aggettivo che possiamo infilare a piene mani nelle nostre dissertazioni parlando di scelta consapevole, formazione consapevole, io consapevole ecc.

Una patente di consapevolezza può essere conferita praticamente a tutto: per tutto è possibile “acquisire consapevolezza”. Allora, con nobili intenti educativi, rivolgeremo un caldo appello affinché si acquisisca consapevolezza della vita, della morte, delle nostre potenzialità, del nostro corpo, dei nostri sentimenti... E ancora: coerentemente con la nostra missione di liberare l’umanità dall’ignoranza e dallo smarrimento, incoraggeremo ad acquisire consapevolezza della memoria storica, delle

nostre radici, della nostra identità, del nostro futuro (chi siamo, da dove veniamo e dove cavolo stiamo andando).

Anche la libidine può essere rivestita di consapevolezza come ci segnalano le parole di una canzone di Zuccherò: “Solo una sana e consapevole libidine salva il giovane dallo stress e dall’Azione Cattolica”.

Contesto

Contesto è una parola paravento ideale allorché ci si chiede la spiegazione di un fatto. Si dirà, innanzitutto, che occorre “tener conto del contesto”, per non formulare una valutazione affrettata e fuorviante: una corretta interpretazione di una situazione, infatti, non è isolabile dal contesto in cui si è verificata.

Dopo di ché esporremo una serie di considerazioni sulle caratteristiche generali del contesto. Parleremo dei vari possibili riferimenti del contesto: contesto geografico, contesto storico (“Va tenuto presente il contesto storico in cui si operava...”), contesto socio-qualcosa (socio-economico, socio-politico, socio-culturale, socio-demografico, socio-istituzionale, socio-sanitario ...), contesto del discorso (“La frase va interpretata all’interno del contesto del discorso in cui è stata pronunciata...”) contesto di passaggio (“Occorre considerare il contesto del passaggio dalla società industriale a quella post-industriale”).

Sottolineeremo poi il fattore peculiarità “Teniamo presente la peculiarità del contesto in cui...” (detto tra noi, tutti i contesti sono peculiari).

Così come non mancheremo di rilevare che il contesto non è né univoco, né lineare: è sempre ampio, articolato e multiforme. Le forze in gioco sono sempre molteplici e con interessi contrastanti.

C’è poi un altro aspetto che rende ancor più suggestivo il discorso: il contesto è in evoluzione o, addirittura, soggetto a mutamenti strutturali discontinui.

Alla fine magari non avremo risposto alla domanda, ma si sarà richiamata l’attenzione sui rischi di giungere ad una conclusione semplicistica e superficiale allorché non si tiene nella dovuta considerazione il contesto.

Avremo insomma presentato un’ampia analisi del “contesto del contesto”.

Cultura

Cultura: ecco una parola da utilizzare a piene mani per conferire alla nostra dissertazione uno spessore — appunto — culturale. Si tratta di una parola predisposta per numerosi significati e per una molteplicità di usi. Dona prestigio e raffinatezza alla conversazione e può inserirsi in qualunque discorso.

Non si parlerà, allora, di “qualcosa”, bensì della “cultura di qualcosa”. Non si parlerà del management, bensì della “cultura del management”.

Da non trascurare poi la menzione del “momento di cultura”. È “momento di cultura” la festa del patrono del paese, l’allestimento del presepio, l’andar per boschi a raccogliere funghi ecc.

Volendo, un “momento di cultura” si può trovare sempre ed ovunque.

L’impiego della parola cultura ci consente, inoltre, di superare brillantemente le tre tipiche fasi del problem solving: definizione del problema, individuazione delle cause e soluzione. Vediamo:

- Definizione del problema. Basta sentenziare che si tratta di un “problema di cultura”. Sembrano, infatti, ormai scomparsi i problemi di natura tecnica (salvo poche eccezioni, per esempio il caso di un’auto in panne): oggi, di solito, si parla di un problema di cultura. Se si tratta di un’azienda è un problema di cultura aziendale. Nel caso di un servizio, pubblico o privato, si rileverà che è un problema di cultura del servizio.

- Individuazione delle cause. Qui si parlerà di “mancanza di cultura”. Per esempio, nel rilevare la scarsa adesione ai sindacati da parte delle nuove generazioni, s’indicherà come causa la “mancanza di cultura sindacale” nei giovani. Se il sistema sanitario viene scarsamente utilizzato per la prevenzione ciò dipende — ovvio! — da una mancanza della cultura della prevenzione.

- Soluzione. Occorre “diffondere la cultura”. Più precisamente, secondo i casi, “diffondere la cultura sindacale”, “diffondere la cultura della prevenzione” ecc.

Riepiloghiamo, riprendendo l’esempio del sistema sanitario: c’è un “problema di cultura della prevenzione” (definizione del problema), alla cui origine sta la “mancanza della cultura della prevenzione” (individuazione delle cause), occorre pertanto “diffondere la cultura della prevenzione” (soluzione).

Possiamo applicare questo semplice procedimento a qualunque soggetto, dando così vita ad un vero e proprio festival della tautologia.

Discorso da approfondire

È vero che l'uso delle parole paravento non conduce ad un discorso approfondito, può però "creare le premesse" per un discorso da approfondire.

Quando, di un certo argomento, parliamo senza dire in sostanza nulla, possiamo sempre riconoscerci il merito di avere richiamato l'attenzione verso un tema "che merita di essere approfondito": "Il mio discorso è solo il punto di partenza per un'ulteriore riflessione, per un discorso da approfondire".

Ci avete fatto caso? Siamo continuamente esposti ad una marea di discorsi che meritano di essere approfonditi.

Ma perché mai non lo si fa subito questo benedetto discorso approfondito? I due grandi ostacoli da indicare stanno nella sede e nel tempo:

- "Sarebbe un discorso da approfondire, ma non è questa la sede adatta".
- "Per ragioni di tempo non è possibile fare qui un discorso approfondito".

Il discorso, insomma, va sempre approfondito in altra sede ed in altro momento. Detto questo, siamo esentati dal precisare in quale sede, in quale momento e da parte di chi, si dovrà procedere a quest'opera d'approfondimento.

Lavoro di gruppo

Esaltare il lavoro di gruppo significa mostrarsi al passo coi tempi. Si può attingere ad un vasto repertorio d'argomentazioni: "Lavorare in gruppo aumenta la motivazione ed il coinvolgimento delle persone, che condividono un comune obiettivo", "I singoli individui diventano più consapevoli (vedi **►** Consapevole) di dipendere l'uno dall'altro", "Col lavoro di squadra si sviluppa il senso d'appartenenza", "Le interazioni fra i partecipanti creano delle proficue sinergie fra le diverse competenze".

E ancora: "È un momento di socializzazione (vedi **►** Socializzare)", "È un momento di confronto", "È un momento di apprendimento collaborativo", "È un momento d'aggregazione", "È un momento di integrazione interculturale", "È un momento di consolidamento delle reciproche conoscenze", "È un momento di educazione alle diversità", "È un momento di...".

Per inciso: teniamo presente che ogni occasione è buona per trovare un “momento di qualcosa”. Ha scritto Luca Goldoni*: “Sembrano sottigliezze ma un vocabolo come ‘momento’ può diventare un pilastro: c’è il momento di crescita culturale, il momento di verifica, il momento qualificante. È il momento del momento”.

Tornando al lavoro di squadra, si potranno citare anche le “dinamiche di gruppo”, formate da “interazioni complesse”, che, se ben gestite, portano ad ottimi risultati di produttività e innovazione.

A proposito delle dinamiche di gruppo. La possibilità che le dinamiche degli altri consentano una certa staticità da parte nostra è una delle possibili motivazioni a favore del lavoro di gruppo. Per essere ancora più chiari: una delle ragioni (segrete?) per aspirare ad agire in gruppo, potrebbe essere la speranza che a lavorare siano soprattutto gli altri. Nei gruppi può succedere.

Ha detto Woody Allen: “Nell’amore di gruppo c’è il vantaggio che uno, se vuole, può dormire”.

Significato simbolico

Suvvia, cerchiamo di non essere semplicistici, banali (vedi **B** Banalizzare), non limitiamoci a descrivere le cose così come appaiono. Andiamo oltre: citiamo il loro significato simbolico.

Volendo, dietro un oggetto, un’affermazione, un fatto c’è sempre un contenuto simbolico da menzionare.

Ma come si fa a decodificare qualcosa per individuare e descrivere il suo recondito significato simbolico?

Tranquilli! Possiamo evitare di porci questo problema seguendo una prassi sempre più diffusa: rilevare l’esistenza di un significato simbolico senza spiegare di che simbologia si tratta.

Proprio così. Facciamoci caso: spesso, quando si parla di simboli che stanno dietro qualcosa ci si limita a frasi del tipo “In questo contesto il cibo contiene un profondo significato simbolico”, “La rotazione della disposizione dell’aula, durante il seminario, assume un carattere fortemente simbolico”.

L’importante, insomma, è affermare che un significato simbolico c’è. Poi — per enfatizzarne la presenza — si utilizzeranno aggettivi come “forte” o “profondo”. O, meglio ancora, si dirà che è “chiaro”, “evidente”: in

* Luca Goldoni, *Appena ieri (Come non siamo cambiati)*, Mondadori, Milano, 2005

presenza di un significato definito “chiaro”, “evidente” ulteriori precisazioni risulterebbero del tutto superflue.

Socializzare

“Ho aiutato una vecchietta ad attraversare la strada” dice un boy-scout raccontando la buona azione quotidiana. “Bravo!” risponde il capo gruppo che, rivolgendosi poi ad un altro boy-scout, chiede “E tu?”, “Io e Francesco abbiamo aiutato una vecchietta ad attraversare la strada”. “Tu e Francesco?” chiede meravigliato il capo gruppo “era proprio necessario essere in due?”. “Certo, perché la vecchietta non aveva nessuna intenzione di attraversare la strada”.

Questa storiella presenta delle forti analogie con l'uso del termine “socializzare”, allorché ci si ostina a voler creare il cosiddetto “momento di socializzazione” con qualcuno che, a torto o a ragione, non ha la minima intenzione di socializzare.

È comprensibile che non si voglia ammettere di essere invadenti, petulanti, ficcanaso, rompiballe...sono tutte parole con una chiara connotazione negativa. Ed ecco che parlare di socializzazione — termine abitualmente inteso in senso positivo — ci permette di travestire il nostro vizio in virtù, di trasformarci in una sorta di animatori da villaggio vacanze incuranti del fatto che gli astanti non hanno alcuna voglia di essere animati. In treno, in ascensore, al bar, in fila agli sportelli postali...ovunque possiamo incoraggiare dei “momenti di socializzazione” facendo in modo che tutti si uniscano alla conversazione, stimolando — sia con le parole sia con lo sguardo — anche i più refrattari.

Alcuni hanno una vera e propria “ossessione della socializzazione”. Anche fra i formatori. Si sente spesso sottolineare che “l'aula è un momento di socializzazione”.

Esistono vari modi, alternativi e suggestivi, per descrivere il momento di socializzazione: “momento di aggregazione”, “momento d'incontro”, “momento di partecipazione”. Il tutto andrà sintetizzato con due parole di forte impatto: “stare insieme” (o, meglio ancora, “l'importante è stare insieme”).

“Siate voi stessi”.

Con queste parole, soprattutto se rivolte ai giovani, si raggiunge il culmine della saggezza: “Durante un colloquio per un posto di lavoro

devi, innanzitutto, essere te stesso”, “Il segreto, nei rapporti sentimentali, sta nell’essere sempre se stessi”.

Va tuttavia tenuto presente che l’invito “Sii te stesso” può talvolta provocare una risposta ironica, una battuta di spirito, a cui è bene essere preparati.

Qualcuno, ad esempio, potrebbe obiettare, fra il serio e il faceto, che ognuno è sempre se stesso: come potrebbe, anche volendo, essere qualcun altro?

Un secondo esempio proviene da uno spettacolo di cabaret di Antonio Cornacchione: “Mi dicono ‘sii te stesso, sii te stesso’. Va bene, ma se uno è un pirla?”