

INTRODUZIONE

Essere “liberi” significa avere l’abilità di rispondere (respons-abilità) non in modo stereotipato e automatico, bensì creativo. Essere liberi significa: *scegliere responsabilmente*.

Data la natura “sociale” della nostra esistenza e la natura “intenzionale” del nostro comportamento, è difficile immaginare di potersi sperimentare come persone libere (dunque responsabili) senza una profonda conoscenza della *differenza* che sempre c’è tra ciò che si ha *l’intenzione* di esprimere e ciò che è il *risultato* di quella particolare classe di comportamenti intenzionali detti “comunicazione”.

Tutto quello che riguarda un essere umano può essere oggetto di comunicazione, se gli viene presentato in modo accettabile e in un momento in cui è in grado di ascoltarlo. Nessuna persona è *troppo fragile*, da questo punto di vista. D’altronde, la “lotta costruttiva” è l’unico processo con il quale si può crescere. Occorre lottare per cambiare, innanzitutto contro la “comodità” delle proprie abitudini, per quanta sofferenza esse ci possano procurare. Ogni persona fa il meglio che può con la conoscenza che ha, ma talvolta questo non è sufficiente, perchè il cambiamento implica l’assunzione del rischio di avventurarsi in spazi inesplorati, e, a volte, qualcuno può non avere il coraggio necessario per affrontare l’avventura. È in questi casi che il consulente può rivestire il ruolo di una guida per il cliente, il quale, desideroso del cambiamento, si affida però a lui con titubanza.

Riconoscendo l’ambivalenza del suo cliente, il consulente si deve fare carico del compito di costruire in lui la fiducia necessaria a fargli superare i timori e le paure che nutre verso la pur desiderata esperienza di cambiamento e crescita. Il consulente deve andare incontro al cliente che gli sta chiedendo aiuto, spesso non senza titubanza e ambiguità, e raggiungerlo nel punto in cui si trova, nella sua mappa del mondo, per accompagnarlo a scoprire territori della realtà mancanti da quella mappa. Per fare questo, il consulente deve instaurare una buona comunicazione con il suo cliente. A tal fine, i canali sensoriali del consulente, le sue capacità di osservare, ascoltare, sentire, toccare e odorare devono essere ben sviluppate, allenare e valide.

È essenziale che il consulente ricavi informazioni dirette dall’esperienza con il suo cliente circa i modelli di comunicazione di quest’ultimo, invece di inferirli, allucinarli o presumerli. Inoltre, egli deve essere in grado di discriminare gli input derivanti dal suo apprendimento, le esperienze provenienti dal suo passato, da quelli che provengono interamente dalla persona che ha di fronte. C’è, infatti, una grande differenza nel risultato della sua comunicazione (e del suo lavoro) a seconda che il consulente parli e reagisca ad un’estensione di se stesso o alla persona di fronte a lui.

Il consulente deve essere ricercatore, non giudice. Solo se le sue esperienze risulteranno modificate ed arricchite dal contatto con il cliente, egli sarà sicuro di non essere caduto nella “trappola del tribunale”.

C’è sempre una differenza – spesso enorme - tra ciò che il comunicante vuole esprimere con la comunicazione e ciò che è l’effettivo risultato della stessa. Scopo di una buona teoria della comunicazione è quello di individuare un modello del processo comunicativo, che sia utile per ridurre quella differenza.

Il processo comunicativo è un’esperienza di apprendimento. Il consulente, attraverso il modello, può creare le esperienze necessarie all’apprendimento, ma i modelli non devono diventare dei sostituti dell’esperienza.

Ognuno di noi, nel “processo educativo”, cioè nel processo di “socializzazione”, impara cinque “*false libertà*” personali, che sono limitazioni della vera libertà e che dovremmo piuttosto chiamarle “*ingiunzioni sociali*”:

1. Non vedere e ascoltare ciò che è ORA, ma ciò che dovrebbe essere, o potrebbe essere, o era, o sarà.
2. Non provare un sentimento per ciò che senti ORA, ma senti ciò che dovrebbe o potrebbe essere sentito, o che è stato sentito o che sarà sentito.
3. Non dire ciò che è ORA, ma ciò che dovrebbe o potrebbe essere detto, o che è stato o sarà detto.
4. Non cercare di ottenere ciò che vuoi, ma aspetta che qualcuno ti offra ciò che dovresti volere.
5. Non correre dei rischi per il tuo vantaggio allo scopo di attuare un cambiamento della situazione che renda possibile ottenere ciò che desideri.

La VERA LIBERTÀ si ha quando:

1. posso *vedere e ascoltare* ciò che è qui ORA e posso *sentire* un sentimento ORA.
2. posso *dire* ciò che provo, penso, ascolto, vedo ORA.
3. posso cercare di *ottenere* ciò che voglio ORA e posso *correre dei rischi* per il mio benessere attuale.
4. posso *comunicare tutto ciò in maniera congruente* ORA e posso *stabilire un feed-back* creativo e generativo ORA.
5. posso *lottare* creativamente con la situazione esterna e *essere appagato* nella mia vita interiore, ORA.

IL PROCESSO DI COMUNICAZIONE

È possibile ed utile considerare il processo di comunicazione composto da cinque fasi:

1. **Comunicazione** (del comunicante). L'insieme dei messaggi (para-messaggi simultanei) emessi dalla persona che sta comunicando. Quest'insieme è formato dalla parte verbale, la parte para-verbale e quella non verbale.
2. **Esperienza** (del ricevente). I messaggi (para-messaggi simultanei) ricevuti da una persona. I messaggi vengono captati attraverso gli organi di senso, ossia i canali sensoriali di input: visivo, auditivo, cenestesico, olfattivo e gustativo.
3. **Comprensione** (del ricevente). È il significato che il ricevente attribuisce ai messaggi che riceve.
4. **Generalizzazione** (del ricevente). È il modo in cui chi riceve i messaggi ne collega la comprensione con la sua esperienza passata – la sua conoscenza – e il modo in cui se ne serve per strutturare la sua risposta comportamentale presente e futura.
5. **Risposta comportamentale** (del ricevente, che diventa comunicante). Ciò che la persona che ha ricevuto i messaggi fa in conseguenza dei messaggi ricevuti: ciò che pensa, ciò che prova, ciò che agisce.

In ciascuna fase, comunicante e ricevente possono essere *consapevoli* o *non consapevoli*, in tutto o in parte, del loro vissuto e del loro comportamento.

Le fasi non rappresentano delle sequenze temporali, ma piuttosto delle *funzioni ricorsive* che tendono a sovrapporsi, mentre si svolgono.

La comunicazione non è un processo univoco, ma è inevitabilmente permeato da un certo grado, maggiore o minore, di ambiguità. A seconda delle strategie utilizzate per ridurre e risolvere l'ambiguità della comunicazione, essa si pone su un continuum che ha come poli due modelli di processi:

1. la comunicazione calibrata
2. la comunicazione a feed-back.

Entrambi i processi di comunicazione non sono in se stessi né buoni né cattivi; non sono necessariamente fonte di disagio e sofferenza. Ad esempio, la comunicazione calibrata automatizza e velocizza gli scambi comunicativi, e pertanto è utile e a volte indispensabile, soprattutto nelle attività in cui si richiede la collaborazione di più persone (nei saluti, nei convenevoli, nel ballo, negli sport di squadra, ecc.).

Tuttavia, tutti i processi comunicativi, anche quelli di comunicazione calibrata, devono essere verificati in base alla loro *utilità*. Quando conducono alla sofferenza e all'insoddisfazione, devono essere riesaminati al fine di sviluppare nuove possibilità di scelta.

LA COMUNICAZIONE CALIBRATA (DISFUNZIONALE)

La comunicazione calibrata s'istaura per le esigenze dell'interazione sociale e come conseguenza delle cinque false libertà (o "ingiunzioni sociali"), in particolari situazioni, nelle quali un gruppo di persone deve agire in modo altamente coordinato e stereotipato: in contesti di lavoro, di guerra, di competizione sportiva, ecc.

Quando la comunicazione calibrata porta alla sofferenza e all'insoddisfazione delle persone coinvolte, essa è disfunzionale.

Esaminiamola nelle sue cinque fasi.

1. **Comunicazione** (del comunicante) - Nella comunicazione calibrata disfunzionale, la persona che invia i messaggi agisce in maniera incongrua, generalmente, senza rendersene conto. Ciò è possibile in quanto egli è consapevole soltanto di una parte dei messaggi che invia – di solito la parte verbale – mentre la serie di messaggi in conflitto – di solito emessi con la parte para-verbale e non verbale del suo comportamento – restano al di fuori della sua consapevolezza e del suo controllo. La serie di messaggi della quale il comunicante è più consapevole dipende strettamente dal sistema rappresentazionale in uso nel momento dell'atto comunicativo, con ogni probabilità, quello per lui preferenziale, abituale.

L'incongruenza fra i para-messaggi emessi dal comunicante dipende dal fatto che una parte di lui – della sua esperienza e del suo comportamento - è organizzata e diretta da alcuni costrutti mentali emotivo-cognitivi mentre un'altra parte è organizzata intorno ad altri costrutti. I costrutti mentali emotivo-cognitivi sono i valori, le regole, le convinzioni, l'identità, i ruoli, le memorie, ecc. Ogni messaggio inviato è una rappresentazione valida di una qualche parte della persona in quel determinato momento. Negare o ignorare o giudicare come cattivo qualcuno di questi messaggi e le parti della persona che li hanno prodotti, significa negare o ignorare alcuni importanti elementi di quella persona, che possono servire come risorse per la stessa. Inoltre, anche volendo, sarebbe impossibile negare o ignorare una parte della persona perchè quella parte continuerebbe ad affermare se stessa chiedendo di essere accettata, possibilmente trasformata e integrata nella personalità intera. Le parti che generano i messaggi in conflitto non sono altro che la conseguenza di modelli del mondo discordanti: mappe diverse per lo stesso territorio, che attendono di essere integrate e unificate.

2. **Esperienza** (del ricevente) – Il ricevente si trova di fronte al compito di capire (ap-prendere) ciò di cui sta facendo esperienza, ovvero una serie di messaggi che non si armonizzano fra loro. Egli allora finirà per prestare attenzione conscia in maniera selettiva ai messaggi che gli arrivano attraverso il suo canale sensoriale di entrata preferito (o comunque in quel momento privilegiato), mentre riceverà ed elaborerà gli altri al di fuori della sua consapevolezza. Quanto più il ricevente è attento al contenuto della comunicazione, e quanto più è ignaro del processo, tanto più egli sarà vulnerabile all'incongruenza, finendo per diventare a sua volta incongruo nelle risposte.
3. **Comprensione** (del ricevente) – Di fronte al compito di dare significato a una serie di messaggi contrastanti, il ricevente potrà avere una delle seguenti due esperienze:
 - a. Se, nella fase precedente, il ricevente ha organizzato la ricezione dei messaggi contrastanti in modo tale da essere consapevole solo dei messaggi coerenti, egli giungerà alla conclusione logica che il comunicante invia solo i messaggi di cui è consapevole. Tuttavia, egli riceverà e accetterà i messaggi contrastanti a livello inconscio e, a quel livello, giungerà alla conclusione (intuitiva) che il comunicante invia quei messaggi senza esserne consapevole. La conseguenza è che il ricevente ricreerà dentro di sé i modelli contrastanti dell'esperienza in atto e si sentirà confuso.

Nello stesso tempo, se è un bambino, imparerà così, per imitazione, i modelli della comunicazione incongrua.

- b. Se, nella fase precedente, il ricevente ha organizzato la ricezione dei messaggi contrastanti in modo tale da essere consapevole che essi non si armonizzano, considererà il comunicante come falso, o manipolativo, o non sincero, o cattivo.

4. **Generalizzazione** (del ricevente) – Nel contesto di una comunicazione, sono attivate memorie di precedenti esperienze del ricevente, e ciò può avvenire anche sotto lo stimolo dei messaggi in conflitto, tenuti fuori della consapevolezza cosciente. Anche il medesimo sentimento di confusione generatosi a seguito della comunicazione incongrua può attivare memorie di analoghi sentimenti vissuti dal ricevente. Inizia un processo con il quale il soggetto *per similitudine* giunge all'attribuzione di senso all'esperienza. Tale processo di significazione può assumere varie forme a seconda che:

- a. considera una parte della complessa esperienza e l'accetta come rappresentativa dell'intera esperienza (*sineddoche*),
- b. estende il significato di quella parte di esperienza mutuandolo da altre esperienze, contigue semanticamente o fisicamente (*metonimia*),
- c. estrapola il significato di quella parte di esperienza da altri contesti aventi analoga struttura (*metafora*),
- d. ne deriva il significato sussumendolo dai simboli (*simbolismo*).

In ogni caso, essendo stata ignorata una parte del messaggio, il processo di attribuzione di senso per similitudine genera quella che viene chiamata “**Equivalenza Complessa**”. Quando, poi, l'Equivalenza Complessa implica che il ricevente venga così a conoscenza dello stato d'animo o del vissuto interiore del comunicante (senza che il vissuto sia da questi esplicitamente comunicato), allora si ha la cosiddetta “**Lettura della Mente**”.

Le generalizzazioni sono uno strumento importantissimo di organizzazione dell'esperienza. Tuttavia, le generalizzazioni che generano Equivalenze Complesse e Lettura della Mente sono spesso rigide ed inflessibili, attivando potenti automatismi, senza che ci sia possibilità di verifica e di controllo da parte del soggetto. Finiscono per agire da potenti filtri che distorcono i successivi messaggi per adattarli alle generalizzazioni già fatte. In tal modo ogni *falsificazione* della generalizzazione è preclusa e la nuova esperienza potrà soltanto rafforzarla. Questi modelli precludono alla persona che li usa la possibilità di arricchire la propria esperienza e sostengono i meccanismi impliciti nelle *profezie che si auto-avverano*.

5. **Risposta comportamentale** (del ricevente che diventa comunicante) – Il ricevente della comunicazione incongrua originale potrà rispondere in maniera congrua soltanto a patto di ignorare i messaggi incongrui del comunicante, e, con essi, le istanze della parte della personalità del comunicante che li ha generati. Ma ciò, nella maggioranza dei casi, avrà l'effetto di rendere ancora più forte la loro manifestazione nel proseguimento dell'interazione.

L'altra possibilità è che il ricevente risponda anch'egli in maniera incongrua, emettendo una serie di para-messaggi simultanei sui diversi canali d'uscita della comunicazione verbale, para-verbale e non verbale, in risposta alle diverse parti del messaggio plurimo ricevuto. In questo modo si generano e si rinforzano i cicli di comunicazione incongrua calibrata, che diventeranno sempre più automatici e veloci: una sorta di *riflesso condizionato*, una *comunicazione stereotipata* che raggiungerà il suo culmine sempre più velocemente.

LA COMUNICAZIONE A FEED-BACK

Quando la comunicazione è basata sul feed-back, le sue cinque fasi presentano le seguenti caratteristiche.

1. **Comunicazione** (del comunicante) – Nel caso in cui il comunicante è incongruo, se è in contatto con la sua esperienza passata, probabilmente scopre da sé l'incongruenza e questa consapevolezza gli permette di controllarla, ad esempio commentandola con l'interlocutore.
2. **Esperienza** (del ricevente) – Nel caso in cui il comunicante è incongruo, il ricevente, se è consapevole dell'incongruenza, ha la libertà di portarla all'attenzione del comunicante ed anche, se richiesto, di offrire un feed-back ulteriore per aiutare il comunicante ad integrare i suoi modelli in conflitto ed eliminare così l'incongruenza. Il ricevente si sente libero di esternare i suoi commenti ed il comunicante può permettersi di accettare la critica senza sentirsi attaccato e minacciato nella sua auto-stima. Se il ricevente è inizialmente inconsapevole dell'incongruenza, avvertirà una sensazione di disagio a causa della discrepanza fra i vari para-messaggi. Se è dotato di adeguata sensibilità alla propria esperienza interiore e della capacità di esplorare i suoi sentimenti di disagio senza che sia coinvolta la sua auto-stima, potrà esternarli al comunicante ed entrambi possono così aprirsi ad un processo di crescita e di evoluzione.
3. **Comprensione** (del ricevente) – Di fronte al compito di dare significato a una serie di messaggi contrastanti, il ricevente:
 - a. se, nella fase precedente, ha organizzato la ricezione dei messaggi contrastanti in modo tale da essere consapevole della loro incongruenza, giunge alla conclusione che qualcosa nella comunicazione non ha funzionato nel comunicante e può esplorare con lui i particolari che rendono incongrua la comunicazione;
 - b. se il ricevente non è stato consapevole dei particolari messaggi in conflitto (perché ha organizzato la sua esperienza in modo tale da essere consapevole soltanto dei messaggi che armonizzano, mentre i messaggi in conflitto sono stati ricevuti e accettati a livello inconscio), egli si sentirà confuso e, se è sensibile alla propria esperienza e riconosce la sua confusione, è libero di commentarla e ha la possibilità di richiedere l'aiuto del comunicante per esplorarne le cause e risolverla. Se entrambi sono nelle condizioni di non dover temere per il proprio valore come essere umani, possono utilizzare l'occasione come un'opportunità di crescita e di cambiamento.
4. **Generalizzazione** (del ricevente) – Quando i messaggi incongrui ricevuti hanno fatto scattare una parte di esperienza del passato del ricevente, quest'ultimo si rende conto di essere solo parzialmente presente nella interazione in atto, mentre parte della sua attenzione è rivolta ad altri momenti, luoghi, esperienze. Questa auto-consapevolezza gli dà la possibilità di scegliere di continuare la comunicazione e ri-focalizzare l'attenzione sul fatto che c'è qualcosa che non va nella comunicazione ricevuta.

Il *ciclo di feed-back* differisce dal *ciclo calibrato* per il fatto che, sebbene il ricevente sia confuso o sia consapevole che un precedente avvenimento si intromette e lo distrae momentaneamente dallo sperimentare il presente, egli si interessa immediatamente di questa esperienza per scoprire quello che sta succedendo. Poiché è in grado di stabilire immediatamente contatti sensoriali con la situazione presente e con il comunicante, egli può usare la sua esperienza di confusione o di distrazione per imparare di più su se stesso e sull'altra persona. Questo gli permette di scoprire l'esistenza di alcuni modelli (sineddoche) che distorcono la sua esperienza e gli fanno accettare parte del messaggio ricevuto come la totalità della comunicazione (Equivalenza Complessa) e di altri (metonimie, metafore,

simbolismi) che gli fanno presumere l'esperienza interiore del comunicante senza verificarla con lui (Lettura della Mente). Grazie a ciò, il ricevente può aggiornare le sue generalizzazioni e la sua mappa del mondo, in modo che sia più idonea ad orientarlo nell'esperienza in atto.

5. **Risposta comportamentale** (del ricevente che diventa comunicante) – Il ricevente, in risposta alla comunicazione incongrua del comunicante, se è consapevole dei messaggi contrastanti, potrà esplorarli facendoli notare al comunicante. Se non ne è consapevole, ma avverte disagio e confusione, potrà esplorare con il comunicante questi suoi sentimenti. In ogni caso, la strada è aperta per trasformare la comunicazione in un'occasione di crescita e cambiamento per tutti i partecipanti.

Nell'ambito della relazione d'aiuto, il compito del consulente è quello di aiutare il cliente a riconoscere gli schemi di comunicazione calibrata disfunzionali che utilizza con i familiari, i colleghi, gli amici e se stesso, e a sostituirli con i modelli di comunicazione basati sul feed-back.

(Liberamente tratto e rielaborato da: Il cambiamento terapeutico della famiglia, Richard Bandler, John Grinder, Virginia Satir, Borla, 1980)