

PERCEZIONI DIGITALI DELLA GENTILEZZA NEL BUSINESS

Web analysis tra ciò che si dice e ciò che si sente



INDICE

PAG. 2 – INTRODUZIONE

PAG. 3 - GENTILEZZA E LAVORO

PAG. 33 - GENTILEZZA COMMERCIO E TURISMO

PAG. 60 - GENTILEZZA E SOCIAL NETWORK

PAG. 80 - GENTILEZZA ED AGGRESSIVITÀ

PAG. 101 - GENTILEZZA ED INTELLIGENZA EMOTIVA

PAG. 123 - GENTILEZZA E RELIGIONE

PAG. 147 - GENTILEZZA ED EDUCAZIONE

PAG. 172 - GENTILEZZA E STRESS

PAG. 191 - GENTILEZZA E SOCIAL MEDIA



INTRODUZIONE

La gentilezza è un linguaggio universale, una forma di intelligenza relazionale capace di trasformare il modo in cui viviamo, lavoriamo e comunichiamo. È il codice linguistico più potente che esista: abbatte barriere, genera fiducia, crea connessioni autentiche. E oggi più che mai, nell'epoca digitale e iperconnessa, rappresenta una chiave di lettura imprescindibile anche nel mondo del business.

Nel lavoro, la gentilezza stravolge i rapporti professionali portando un elemento valoriale profondo: consente di costruire ambienti sani, fondati sul rispetto e sulla cooperazione, dove l'ascolto e la collaborazione diventano leve di produttività. In questo senso, la gentilezza è una soft skill strategica, in grado di motivare e responsabilizzare, generando benessere organizzativo e risultati concreti.

Nel commercio e nel turismo, la gentilezza diventa esperienza. Accogliere, prendersi cura, ascoltare: ogni gesto di attenzione produce valore e ritorno. Il cliente che si sente accolto non solo ritorna, ma racconta. Si innesca così un ciclo virtuoso di fiducia e appartenenza, una forma di reputazione etica che fidelizza e rafforza i brand più autentici.

La gentilezza è anche un potente antidoto all'aggressività, in un tempo dove il dibattito, soprattutto online, è spesso dominato da urla e prevaricazioni. Rispondere con rispetto e misura, anche di fronte al conflitto, è un atto rivoluzionario di forza interiore. Significa scegliere il coraggio della comprensione al posto della rabbia, l'empatia invece del giudizio. È la strada più difficile, ma anche quella che conduce a una società più sana, capace di dialogo e consapevolezza.

La ricerca scientifica lo conferma: essere gentili fa bene. Migliora l'umore, riduce lo stress, accresce la fiducia e rafforza i legami sociali. Gli atti di gentilezza rilasciano serotonina e ossitocina, generando benessere psicologico. È un processo biologico e insieme culturale, che affonda le radici nell'intelligenza emotiva.

Secondo il neuroscienziato Richard Davidson, la gentilezza è un "sentiero neurale" che nasce quando pensieri, parole e comportamenti si allineano con il cuore. Coltivarla significa allenare la mente a riconoscere l'altro, a costruire relazioni autentiche e a ritrovare equilibrio anche nei momenti di difficoltà.

Nella prospettiva spirituale e religiosa, la gentilezza è da sempre riconosciuta come virtù universale. La si definisce un miracolo, il Dalai Lama la chiama la sua religione. È una forza che unisce culture e fedi diverse, capace di riportare al centro la persona, la cura, la compassione. È la dimensione più alta dell'umanità che si manifesta nei gesti semplici e quotidiani.

Nell'educazione, la gentilezza è la prima forma di apprendimento civico ed emotivo. Insegna il valore della reciprocità e della cooperazione, e diventa una lente per leggere il mondo con empatia. Oggi questo vale anche per la dimensione digitale, dove la comunicazione è istantanea e spesso impulsiva. Essere gentili online significa scegliere di comunicare in modo responsabile, ricordando che dietro ogni schermo ci sono persone vere. La cosiddetta "gentilezza digitale" non è un'utopia, ma un'urgenza: serve a contrastare linguaggi d'odio e derive di violenza verbale che compromettono il tessuto sociale.

Come ricorda il sociologo Franco Ferrarotti, i social network non sono neutrali: amplificano messaggi e modelli comportamentali. Per questo è necessario promuovere una consapevolezza critica dell'uso della rete, unendo etica, empatia e responsabilità. Lo sottolineano anche le Nazioni Unite: "È dovere globale di tutti contrastare l'incitamento all'odio, on e offline. Ciò che serve è praticare gentilezza."

GENTILEZZA E LAVORO

La gentilezza stravolge i rapporti di lavoro, apportando un elemento valoriale di grande livello. Le relazioni professionali sono spesso permeate da molta rigidità e anche da rapporti ipocriti. La gentilezza consente, invece, di avere un ambiente di lavoro sano e di reciproco rispetto, dove gli atti di gentilezza devono essere la regolare forma di interlocuzione. Il MIG ci crede davvero tanto a questa declinazione, che produce pure all'interno delle aziende o delle imprese una maggiore produttività ed efficienza.

Si tratta di una missione possibile, che consente di motivare e responsabilizzare i lavoratori, favorendo il raggiungimento di successi.

Siamo fortemente convinti che la gentilezza dovrebbe rientrare tra le soft skill, unitamente alla capacità di ascolto.

La gentilezza è apertura verso gli altri, aiutare in vario modo chi ha bisogno di un piccolo supporto, non si tratta di convenzione sociale ma di una nuova cultura che penetra in tutti i luoghi della socialità, soprattutto in quelli del lavoro.

Buona gentilezza a tutti noi.

Il business del futuro è Gentile

Anna Baldo – 1 novembre 2014

<https://www.neuroscienze.net/comunicato-stampa-il-business-del-futuro-e-gentile/>

Per creare una carriera e una vita al top, si deve iniziare con la pratica della gentilezza: lo insegnano gli esperti di Mindfulness, la grande rivoluzione del pensiero del terzo millennio. Dopo decenni di razionalità, di manager “business oriented” premiati per sacrificare tutto alla carriera, oggi ad Harvard, e nelle migliori università del mondo, si parla di integrazione tra corpo e mente, tra sensi e pensiero, e di consapevolezza, presenza, armonia come strumenti per sviluppare la carriera che si desidera, migliorare la qualità di vita, lo stato di salute e la performance professionale; il tutto basato su ricerche scientifiche in materia di neuroscienze. Un bravo manager, davvero in grado di fare la differenza, è dunque capace di gentilezza ed empatia, che sviluppa anche grazie alla pratica quotidiana di Mindfulness.

Ne hanno parlato Caroline Welch, giurista californiana e Daniel Siegel, psichiatra e direttore del Mindsight Institute, ospiti di CIMBA, la business school americana con sede a Paderno del Grappa, in uno degli incontri straordinari che il Consortium organizza approfittando della presenza di personaggi di spicco del mondo accademico e professionale a livello mondiale che fanno parte del suo network.

Una sala gremita di studenti universitari americani che stanno trascorrendo un semestre in Italia, di partecipanti al master MBA da tutto il mondo, e di ex studenti del network di CIMBA, ha seguito la lezione dei due ospiti, esperti di Mindfulness. I due studiosi si sono complimentati per il valore di un percorso formativo, come quello offerto da CIMBA, che porta ad uno sviluppo completo della persona e alla formazione di un manager con competenze che vanno oltre la razionalità e le conoscenze di contenuto, per interessare anche la capacità di percepire e sentire, e quindi di essere equilibrati e relazionarsi al meglio con le persone e gli eventi della vita.

«La chiave sta nell’equilibrio tra carriera e vita privata – spiega Caroline Welch – e la pratica di Mindfulness aiuta a costruire una vita felice, portando a migliorare questa integrazione che crea benessere; diventa una sorta di coperta protettiva contro lo stress». La consapevolezza (Mindfulness) si apprende e si pratica, è la capacità di essere presenti e aperti, senza aspettative o giudizi. In particolare, è utile per trovare un significato personale a ciò che intendiamo per “successo”, per affrontare le novità (tecnologiche, di organizzazione, ecc.), per decidere i trasferimenti (abitazione, lavoro) e per una migliore collaborazione con i partner, di vita e di lavoro, accettando e valorizzando la diversità e riducendo i conflitti.

«La qualità della vita dipende in larga parte da come gestiamo emozioni, pensieri e comportamenti – afferma Daniel Siegel – dalla capacità di regolare i processi che avvengono dentro di noi e in relazione agli altri. Al CIMBA si impara ad essere manager, ma prima di tutto persone che, conoscendo bene se stesse, sanno agire con consapevolezza, regolando quello che accade dentro di sé e nella relazione con gli altri».

Mindfulness è uno strumento che favorisce la neurointegrazione, ovvero una connessione profonda tra cervello e corpo, e tra noi stessi e le persone che ci circondano. Le neuroscienze, ramo di studi interdisciplinare, forniscono evidenze scientifiche di questi eventi. Essere “Mindful” significa poter provare emozioni intense senza però reagire impulsivamente.

La regolazione, ovvero la capacità di bilanciare sensazioni, percezioni e pensieri, è responsabile del nostro benessere e persino del nostro stato di salute. Questa integrazione profonda è il risultato di un processo che inizia con la gentilezza, con un senso di tenerezza che si sviluppa inizialmente verso se stessi, e poi si rivolge ad altri, iniziando da chi ci è intimo,

dai conoscenti, fino agli sconosciuti e persino alle persone con cui siamo in contrasto. Uno strumento tanto semplice da usare quanto efficace, per creare davvero la vita e il business che si desidera, e si merita.

Trasforma la Gentilezza in un vantaggio competitivo per il tuo business

Mauro Vedovato – 21 dicembre 2016

<https://blog.bizen.it/gentilezza-vantaggio-competitivo-business>

Sentendo la parola gentilezza associata al mondo del business qualcuno potrebbe storcere il naso: da quando essere gentili è conveniente per un'azienda?

La gentilezza non è un segno di debolezza o di accondiscendenza, bensì una filosofia di vita, una forma di cultura che ci aiuta ad essere equilibrati e a relazionarci meglio con tutti gli attori della nostra vita, siano essi clienti, fornitori, dipendenti o perfetti estranei.

La qualità della nostra vita dipende anche da come gestiamo le emozioni, le relazioni interpersonali, i problemi e per questo non è possibile pensare a una sfera lavorativa fatta solo di numeri e compiti da portare a termine, privata della sua componente emotiva.

Trovarsi insieme è un inizio, restare insieme un progresso, lavorare insieme un successo.

Henry Ford.

Un atteggiamento gentile ed empatico plasma un ambiente lavorativo armonico e soprattutto più efficiente, perché in fondo ogni azienda è fatta di persone e la chiave del successo sta nell'investire nel loro benessere psico fisico, nel loro percorso di crescita e formazione individuale.

L'ambiente lavorativo è la base strategica di un gruppo di persone che fanno lavoro di squadra per raggiungere i propri obiettivi.

WE ARE TEAM. I WIN, YOU WIN.

Non a caso Norvegia e Svizzera, che vantano un welfare da primato e dove le aziende investono tantissimo per alzare la qualità degli ambienti di lavoro, sono tra i paesi più felici in cui vivere, secondo l'indice globale di prosperità pubblicato dal Legatum Institute di Londra, mentre l'Italia si è piazzata soltanto al 37° posto.

L'esigenza di un modello di business maggiormente "people-oriented" si sta però diffondendo, tant'è che sono sempre di più le aziende italiane che scelgono di affidarsi a dei professionisti della gentilezza, dei veri e propri business coach, che le aiutino a ridefinire il loro approccio nei rapporti interpersonali.

La gentilezza ripaga anche nei rapporti con clienti e fornitori: sono loro il fulcro attorno cui ruota il marketing del futuro. Non noi o i nostri prodotti.

Non trovate clienti per i vostri prodotti; trovate prodotti per vostri clienti.

Seth Godin

In un mercato ormai saturo di qualunque cosa, cosa ci può differenziare dai nostri competitor se non l'esperienza di acquisto che vivono i nostri clienti?

Il valore aggiunto che possiamo offrire come azienda è l'ascolto, lo sforzo continuo di rendere il cliente protagonista della nostra storia.

Il neuromarketing ha ampiamente dimostrato come i consumatori siano influenzati da emozioni e percezioni sensoriali: da uno studio dell'Università di Harvard è emerso che il 90% dei processi decisionali avviene a livello inconscio e quindi possono essere ampiamente influenzati attraverso strategie mirate.

Per questo è importante comunicare anche a livello emozionale, sfruttando tutti i canali sensoriali, compresi quello uditivo e quello cinestetico: con la giusta dose di creatività e

passione arricchiscono e concretizzano il messaggio che vogliamo trasmettere, stimolando delle reazioni nel nostro interlocutore.

Un cliente contento è il più potente bene che la vostra organizzazione può sfruttare.

John Jantsch

Essere gentili nel business significa investire nelle relazioni, costruendo e alimentando nel tempo un rapporto di fiducia e stima reciproca con clienti e fornitori.

Le persone che vengono a contatto con la vostra azienda e ne ricavano un'esperienza positiva, loro sono il vostro vantaggio competitivo.

Business e Gentilezza binomio quasi sconosciuto

Donatella Rapado – 22 settembre 2019

<https://www.donatellarampado.com/business-e-gentilezza-binomio-quasi-sconosciuto/>

L'IMPORTANZA DI ESSERE GENTILI NEL LAVORO:

Essere gentili è una pratica che ripaga nella vita personale e in quella professionale. A dirlo non è un semplice sentimento di buonismo o una questione squisitamente etica. A confermare la teoria che con la gentilezza si smuovono le montagne e si raggiungono gli obiettivi, c'è anche Harvard Business Review che ha studiato i LOGHI gentili.

Bistrattata, desueta, decontestualizzata soprattutto nei contesti sociali e lavorativi odierni, "sua povertà Gentilezza" viene troppo spesso messa in un angolo e nascosta. A lei, troppo di frequente, si attribuiscono fallimenti relazionali e/o professionali.

Ma chi fa impresa dovrebbe sapere che per ottenere i risultati che ci si aspetta dai collaboratori o per raggiungere gli obiettivi di squadra prefissati, la gentilezza può essere un buon facilitatore.

Infatti, se è vero che un leader è "colui che conosce la strada, va per quella strada, e la indica", è anche vero che è proprio la strada da percorrere a dover diventare empaticamente condivisa. Se si vuole inglobare in sé tutti gli stili di leadership ed esercitare grande influenza sulle persone è necessario saper essere gentili quando è necessario. Per gentilezza non intendiamo solo la buona educazione e una cortesia superficiale, ma un atteggiamento di comprensione, di empatia e perchè noto un gesto gentile solo per il piacere di farlo.

Gli uomini e le donne, di fronte a un atteggiamento non affettato ma genuinamente gentile, difficilmente risponderanno con un comportamento arrogante, difensivo o negativo.

Infatti, all'interno di un'azienda o, più in generale, per chi fa business, il rapporto con gli altri esseri umani dovrebbe essere collocato al primo posto.

Non c'è business alcuno senza la relazione umana. Nel ramo delle vendite, nel ramo della consulenza o in quello formativo, nel ramo delle trattative o della negoziazione: tutto gira intorno al rapporto che si riesce a instaurare con il prossimo.

L'importanza dell'essere gentili nel lavoro dovrebbe andare di pari passo con la conoscenza abbinata alla competenza.

Se la gentilezza viene usata per mascherare i propri errori ed incompetanza verrà presto smascherata e abbinata alla falsità.

Ma come riuscire a continuare ad essere gentili anche oggi, in quest'epoca in cui, proprio in campo lavorativo, viene quasi ineggiata la prepotenza?

Nello stato di natura dell'uomo, molti i filosofi e pensatori spesso con opinioni in contrasto fra loro. Hobbes afferma che gli uomini sono, per propria natura, cattivi e in perenne stato di guerra di tutti contro tutti.

Rousseau per il quale gli uomini hanno, invece, una natura libera, buona e felice ma vengono corrotti dalla società e dal concetto di proprietà.

La gentilezza è forse una nuova utopia da perseguire o una delle nobili facce della natura umana?

Mettila Gentilezza nel curriculum, così migliorano lavoro e aziende

Walter Passerini – 9 gennaio 2020

<https://www.lastampa.it/economia/lavoro/2020/01/10/news/mettila-gentilezza-nel-curriculum-così-migliorano-lavoro-e-aziende-1.38307564/>

Un sorriso ai colleghi può aumentare anche la produttività.

La gentilezza cambierà il mondo del lavoro. Ad esempio portare il caffè a un collega, sorridere al mattino quando si arriva in ufficio, dare una mano a concludere un documento urgente: sono gesti semplici e gentili che possono migliorare la qualità della vita in azienda. Aumentano gli italiani che vedono nella gentilezza una buona abitudine da sviluppare anche nell'ambiente lavorativo. Lo rivela l'Indagine InfoJobs sulla gentilezza al lavoro, condotta a dicembre 2019 su un campione di 1.350 rispondenti. Secondo il 78% degli intervistati la gentilezza dovrebbe far parte delle soft skill di chi cerca un impiego, mentre per il 96% migliora anche la produttività: a volte basta un sorriso che vale più di mille discorsi e sprona a dare il meglio di sé.

La vera sfida di ogni giorno è quindi ricordarsi di essere sempre disponibili verso il prossimo. Lo sostiene il World Kindness Movement, movimento che promuove la gentilezza in tutto il mondo e a tutti i livelli, senza differenze gerarchiche. Poter lavorare con un capo illuminato può essere infatti un valore aggiunto per le risorse che collaborano con lui. La leadership gentile può fare la differenza per il 93% degli intervistati, perché contribuisce a creare un clima di lavoro più sereno e permette di ottenere il massimo dalle persone, che si sentono più responsabilizzate. Secondo gli intervistati, gentilezza non fa rima con debolezza, quando si parla di lavoro. La gentilezza è vista infatti come un punto di forza (60%) e non di debolezza e come un elemento imprescindibile al lavoro (24%); soltanto per il 2% è visto come una debolezza o una tattica volta ad ottenere qualcosa (9%).

Nonostante siano tutti concordi nel ritenere la gentilezza un valore anche in ambito lavorativo, non sempre è però possibile attuarla. Tra i principali ostacoli sono indicati lo stress e i ritmi frenetici (43%), seguiti dalla competitività (27%) e dalla routine (2%). Ma per il 28% non c'è nemico che tenga: non bisogna mai perdere l'occasione per essere gentili e migliorare la propria qualità di vita e quella del prossimo.

Gentilezza e lavoro: il futuro delle aziende

HumanGest – 25 luglio 2021

<https://humangest/gentilezza-e-lavoro-il-futuro-delle-aziende/>

Una nuova una risorsa strategica: la gentilezza

Gentilezza evoca l'abitudine di salutare le persone quando le si incontra, tenere aperte le porte per chi viene dopo di noi, aiutare in vario modo chi ha bisogno di un piccolo supporto. In realtà questi gesti fanno parte di un codice comportamentale legato ad un concetto differente, quello di cortesia e buone maniere. La cortesia è una convenzione sociale, un insieme di norme che servono a regolare le interazioni. Esse non sono universali, bensì cambiano di cultura in cultura: questo è il motivo per cui un'azione può essere considerata cortese in Francia ma scortese in Giappone.

La gentilezza invece ha fin dalle origini un significato più profondo. La parola "gentile" deriva dal latino "gentilis", che significa "appartenente alla stessa gens", ovvero "della stessa stirpe, parente", concetto che si può estendere fino a "della stessa nazione, compatriota". Gentilezza dunque significa appartenenza a un medesimo gruppo di persone e, in ambito antropologico, il concetto di appartenenza indica accoglienza del singolo da parte del gruppo, assenza di giudizio e protezione dall'esterno: in poche parole, il gruppo è ciò che consente la sopravvivenza e sostiene lo sviluppo dell'individuo, come accade nel mondo animale, dove sopravvivenza è garantita solo grazie al sostegno e protezione del branco.

La gentilezza è allora un modo per affrontare la vita grazie alla capacità di connettersi con gli altri e di partecipare al benessere della comunità. È vivere e comportarsi nei confronti degli altri con l'intento di creare un ambiente inclusivo e piacevole per tutti, in cui sentirsi accettati e protetti.

La gentilezza è un atteggiamento che si fonda sull'apertura, verso gli altri e verso l'ambiente esterno. Prevede sollecitudine e desiderio di prendersi cura delle persone, perché ci si preoccupa di instaurare o mantenere con loro un legame non solo civile, ma anche premuroso e attento.

Si rifà dunque a un ideale di comunità, di cura uno per l'altro.

Numerosi studi affermano che la gentilezza comporta vari benefici e, in generale, praticare o ricevere atti gentili aumenta la percezione di benessere personale e rende più positivi e bendisposti verso l'altro.

Come sfruttare efficacemente questo fenomeno anche in contesti in cui si passa gran parte del proprio tempo come, ad esempio, il luogo di lavoro?

Considerando quante ore ciascuno trascorre con i propri colleghi e superiori è facilmente intuibile come sia importante la presenza di un clima positivo e sereno all'interno del posto in cui si lavora. Le osservazioni confermano che ciò che rende le persone più felici sul luogo di lavoro sono le relazioni umane instaurate all'interno dell'ambiente e, pertanto, la gentilezza in ufficio si può esprimere con atteggiamento amichevole, generosità e premura verso gli altri. Gli studi sulla felicità condotti dal ricercatore Shawn Achor mostrano che quando si è più positivi è più probabile essere di conseguenza creativi, intelligenti e produttivi. Un aspetto che per ovvie ragioni può essere fondamentale in ambito professionale. Per un'azienda, dunque, dedicare del tempo alla promozione della cultura della gentilezza è un investimento che avrà un ritorno sicuramente positivo.

Una strada che, se percorsa, in prospettiva può portare alla umanizzazione delle aziende e a una modifica nella concezione stessa del lavoro, cercando sempre più coesione tra i bisogni

aziendali e quelli del dipendente.

“Prendersi cura” in azienda: il welfare Una delle definizioni possibili di “welfare aziendale” è l’insieme di misure e di interventi che vengono messi in atto volontariamente da un’organizzazione a favore dei propri dipendenti, per migliorarne la vita privata e lavorativa in numerosi ambiti, incrementando il loro benessere individuale, professionale e familiare sotto il profilo economico e sociale.

Queste iniziative sono finalizzate anche al miglioramento del clima interno e del benessere organizzativo, alla valorizzazione delle risorse umane e, di conseguenza, al potenziamento dei risultati d’impresa. Ritroviamo facilmente in questa definizione la visione del “prendersi cura” degli altri insita nel concetto di gentilezza.

Negli ultimi anni il numero delle aziende che attuano iniziative di welfare è aumentato. Esistono diversi gradi di esecuzione, dalla semplice applicazione delle disposizioni contenute nei contratti collettivi nazionali all’impegno aziendale a sostenere costi aggiuntivi per ulteriori servizi.

Anche il grado di partecipazione dei lavoratori è variabile: può essere inesistente o totale, e in questo caso l’azienda mette in atto azioni di ascolto che possono essere incontri collettivi, individuali o indagini interne. In ogni caso, si può notare come sia in costante diminuzione il numero delle aziende che scelgono di non attuare iniziative oltre alle obbligatorie e a non coinvolgere i dipendenti. A bilanciare questi dati vediamo in forte aumento le aziende che applicano le disposizioni contrattuali senza aggiunte ma con alcuni gradi di coinvolgimento dei lavoratori.

Le imprese maggiormente attive e coerenti nelle politiche di welfare sono quelle che ottengono i migliori risultati positivi su produttività e nell’andamento generale.

L’obiettivo principale delle imprese quando attivano piani di welfare è quello di migliorare la soddisfazione dei lavoratori e il clima interno, e in secondo luogo di incrementare la produttività sul lavoro: il welfare dunque si rivela sia una leva di people caring che una risorsa strategica orientata ai risultati del business. Secondo le indagini effettuate, i risultati sono positivi per entrambi i propositi.

Il benessere, come riportato nel volume citato più sopra, si può descrivere come una condizione felice di salute, di forze fisiche e morali, uno stato di prosperità che riguarda l’assetto delle condizioni di vita della persona e delle risorse e delle opportunità a sua disposizione nelle varie fasi della sua esistenza. Questa condizione positiva per l’individuo non è così facile da raggiungere, poiché dipende da numerosi fattori. Sempre più imprese stanno orientando i propri sistemi di gestione del capitale umano verso il tema del benessere organizzativo. In media il 30-40% della giornata viene passato sul luogo di lavoro: è di vitale importanza che sia un ambiente in cui sentirsi a proprio agio, valorizzati e in cui intrattenere relazioni positive.

La Gentilezza paga (e rende)

Lucia Ingrosso – 21 ottobre 2021

<https://www.millionaire.it/la-gentilezza-paga-e-renda/>

È la parola chiave del momento. Fa stare meglio e aiuta negli affari. Ci rende più produttivi e ci insegna a fare squadra. Ritorno in auge di una pratica che sembrava dimenticata.

Il Papa la mette al centro di un'enciclica. San Marino le dedica un festival.

Una ricerca di InfoJobs evidenzia come il 65% dei lavoratori la consideri un punto di forza. La Disney, insieme al coraggio, la identifica come valore delle "nuove principesse". Per Gianrico Carofiglio, magistrato e scrittore, è lo strumento ideale per risolvere conflitti e produrre senso nelle relazioni. Nel mondo esistono associazioni e movimenti nati nel suo nome. Stiamo parlando della gentilezza, una delle parole chiave dell'era post pandemia. La gentilezza non è tenere aperta una porta o ringraziare un collega per una cortesia: quella è educazione.

«La radice della parola viene da gens, gente, ed esprime un senso di appartenenza. In azienda significa fare squadra, creare team di successo che lavorano allineati con un'unica visione: quella di raggiungere gli obiettivi, ma nel rispetto del benessere e ben lavorare individuale» spiegano Annamaria Palma e Lorenzo Canuti, counselor, formatori e coautori del libro *La gentilezza che cambia le relazioni* (Franco Angeli).

L'algoritmo che rende speciale un team lo ha cercato Google, con un'indagine durata 2 anni su oltre 200 impiegati. La prima risposta: più importante delle persone che ne fanno parte è il modo in cui interagiscono, strutturano il lavoro e valutano i rispettivi contributi. L'indagine ha evidenziato 5 requisiti per un gruppo "stellare". Ma il primo, e più importante, è la presenza di quella che l'azienda di Mountain View chiama "sicurezza psicologica". La domanda a cui si deve rispondere è: nel nostro gruppo, possiamo prenderci rischi senza sentirci insicuri e in imbarazzo?

Il collegamento con la gentilezza lo evidenzia Daniel Lumera, formatore, esperto delle scienze del benessere (www.danielumera.com). «Dalla ricerca emerge che il fattore che fa la differenza nei team è la sicurezza psicologica.

Tra i valori e i comportamenti inclusivi che la creano c'è la gentilezza» spiega. Che però si spinge oltre, affermando che la gentilezza fa anche bene alla salute. «Abbatte il tasso di mortalità, aumenta la longevità, migliora la risposta immunitaria e riduce le infiammazioni». Tutto ciò emerge dagli studi condotti da Immacolata de Vivo, epidemiologa della Harvard Medical School. Insieme a lei, Lumera ha scritto il libro *Biologia della gentilezza*. Le 6 scelte quotidiane per salute, benessere e longevità (Mondadori).

Gli fa eco Richard Davidson, neuroscienziato, fondatore e direttore del Center for Healthy Minds dell'Università del Wisconsin. Già 40 anni fa, ha scoperto che meditazione e gentilezza possono modificare la struttura del cervello.

La gentilezza è un muscolo, si allena. Gentili si diventa? «Il primo passo è essere gentili con se stessi, ascoltarsi e prendersi cura di sé. Si parte dal respiro, per arrivare alla meditazione.

Anche pochi minuti al giorno fanno la differenza. Poi si passa ad azioni concrete. La svolta è passare dall'io al noi» prosegue Lumera.

E in azienda, che impatto ha la gentilezza? Davidson cita uno studio che si è svolto in un'azienda spagnola, dove 100 impiegati sono stati divisi in 3 gruppi: chi, in 4 settimane, doveva effettuare 5 atti di gentilezza (giver), chi li doveva ricevere (receiver) e chi controllare (control). «Due mesi dopo, chi aveva fatto e ricevuto gentilezze era più soddisfatto del lavoro e più felice rispetto agli altri. Non solo, i receiver ricambiavano con atti di gentilezza che erano del 278% superiori a quelli ricevuti. Da qui la constatazione che la gentilezza è contagiosa».

Lo stile aggressivo non è più di moda. La pandemia, poi, ha acuito la sensibilità. Nel Regno Unito, una ricerca della società di consulenza BritainThinks evidenzia come solo una persona su 8 vuole che la vita torni “esattamente come prima”. Gli altri desiderano una società più gentile, che conceda ai lavoratori più tempo libero e alla terra una maggiore tutela.

Riprendono Palma e Canuti: «Nel tempo, abbiamo creato dei percorsi in azienda che hanno ampliato il concetto di gentilezza, declinandolo in una serie di buone pratiche. Tuttavia, il fulcro da cui si innesca la spirale della gentilezza resta la ricerca di antidoti alla disconferma». Il concetto rimanda alla ricerca di Google e alla necessità di avere un ambiente di sicurezza.

«La disconferma comprende tutte quelle modalità, frutto di disattenzione nella migliore delle ipotesi, di maleducazione a volte, per cui ci sentiamo ignorati, come fossimo trasparenti. Pensiamo a quando non veniamo salutati o non riceviamo un cenno di risposta a un messaggio o a un’email. Sono piccole scortesie, maltrattamenti quotidiani a cui veniamo sottoposti e a volte sottoponiamo gli altri senza considerare che in questo modo lo slogan della “centralità della persona” si svuota di significato» aggiungono i due formatori.

Meditate aziende... meditate

Passo successivo: superate le scortesie, si inizia a costruire l’edificio della gentilezza. «I benefici della cultura della gentilezza si riscontrano nella riduzione dei “costi relazionali”, costi che non appaiono ufficialmente in nessun bilancio ma si manifestano in inutili lamentele, rifacimento di lavori, errori da distrazione, progetti non consegnati, promesse non mantenute» spiegano Palma e Canuti. Ma può bastare poco, per cominciare, anche solo mezz’ora di meditazione in sala mensa.

Il primo a crederci (per sé e per i suoi dipendenti, a cui metteva a disposizione una stanza e dei corsi) è stato Steve Jobs. Sulla stessa linea Google, Nike e AstraZeneca (che propone pause di meditazione per spezzare le riunioni più lunghe, al posto dei meno salutari coffee break). All’interno di Intel, multinazionale americana di processori, si è formato spontaneamente un gruppo di meditazione, che poi si è evoluto in un corso di 10 settimane, fino a coinvolgere 52 uffici. In una scala da 1 a 10, chi ha partecipato ha visto migliorare di 3 punti la felicità, di 2 benessere, creatività e relazioni con i colleghi.

In Italia, scommette sulla gentilezza anche Giada Caudullo, psicologa e imprenditrice: la Solgar, impresa storica specializzata in nutraceutica nata a New York nel 1947, è stata portata in Italia dalla madre. Durante quest’anno di pandemia, in pausa pranzo la sala eventi si è trasformata nella sala meditazione: «La meditazione è un mezzo per raggiungere il benessere psicologico e la gentilezza un pilastro della crescita».

Il welfare aziendale

Una modalità concreta per dimostrarsi gentili con i propri dipendenti è quello di investire sul Welfare, area in crescita costante. Fra i benefit, invece, la pandemia ha dato un impulso a flessibilità e smart working. Tante le iniziative in favore dei dipendenti.

Pirelli punta su flessibilità e formazione. Luxottica ha consegnato 155 borse di studio ai figli dei dipendenti, 2.500 in totale. Starbucks investe sulla formazione universitaria. Nestlé ha consegnato un premio di 2.500 euro per i 3.000 dipendenti in Italia. Volvo concede ai suoi dipendenti in tutto il mondo congedi parentali di 6 mesi, pagati all’80%. Ikea si mostra attenta alla diversity e alla gratifica matrimoniale ha sostituito il “buono convivenza”. E infine Tecnostrutture, realtà del settore edile: nel 2020 è stata la prima azienda a pagare ai dipendenti il test sierologico per tornare sui cantieri e quest’anno ha distribuito una gratifica di 1.500 euro agli 80 dipendenti per ringraziarli dell’impegno profuso durante la pandemia.

E poi abbiamo modelli di imprenditori gentili Da Adriano Olivetti (bilanciò solidarietà e profitto) a Brunello Cucinelli (a favore di un capitalismo umanistico) fino ai meno noti, come

Stefano Conti: morto nel 2018, ha lasciato l'80% della sua Elettroservice ai dipendenti e solo il 20% alla famiglia. A certificare le aziende in cui si lavora meglio, con i voti dei dipendenti, è l'annuale classifica Great Place to Work. I fattori chiave: fiducia e spirito di collaborazione. L'edizione 2021 premia aziende farmaceutiche e tecnologiche: da Msd Italia (farmaceutica), American Express Italia (servizi bancari), Abb Vie Italia (biofarmaceutica), Dhl Express (logistica) e Hilton (ospitalità).

La Gentilezza (ri)paga sempre, soprattutto in azienda

Paola Arisci – 13 gennaio 2022

<https://blog.mindwork.it/la-gentilezza-paga-sempre-soprattutto-in-azienda/>

“Sii gentile quando possibile. È sempre possibile” – Dalai Lama.

Quando pensiamo alla gentilezza ci vengono in mente piccoli gesti che possiamo avere nel corso delle nostre giornate come, per esempio, un saluto con un sorriso o un saluto seguito dalla richiesta “come stai?”. Oppure fare un complimento, fare un regalo, etc.... In realtà questi gesti fanno parte di un codice comportamentale legato al concetto di cortesia e educazione.

La gentilezza, invece, ha fin dalle origini un significato più profondo. La parola “gentile” deriva dal latino “gentilis”, che significa “appartenente alla stessa stirpe”. Gentilezza dunque significa appartenenza a un gruppo di persone, essere presenti e essere accettati e protetti, così come accade nel mondo animale, dove la sopravvivenza è garantita grazie al supporto e alla protezione del branco.

Si intende, quindi, comportarsi nei confronti degli altri con l'intento di creare un ambiente inclusivo e piacevole per tutte e tutti, in cui regni la fiducia reciproca.

Numerosi studi affermano che la gentilezza comporta vari benefici e, in generale, praticare o ricevere atti gentili aumenta la percezione di benessere personale e rende più positivi e bendisposti verso l'altro.

In azienda questo significa fare squadra e creare team che lavorano nel raggiungimento degli obiettivi senza tralasciare il benessere delle persone e il piacere di stare bene insieme.

Harvard Business Review, infatti, ha pubblicato uno studio che conferma che gli atti di gentilezza al lavoro “ricaricano” sia chi li fa sia chi li riceve e, sul lungo termine, creano un migliore clima all'interno del team.

Dai dati emerge che nelle aziende in cui si incoraggiano gli atti di gentilezza si creano dei circoli virtuosi che creano una “cultura della generosità” condivisa. Le azioni gentili sono direttamente correlate alla produttività, all'efficienza, e, di contro, a meno stress e turnover.

La fretta: primo nemico della gentilezza “Non ho mai tempo”, “sono sempre di corsa” oppure “non sono neanche riuscito a pranzare per completare le cose che avevo da fare” sono tutte frasi che sentiamo o utilizziamo quotidianamente. La fretta può avere effetti devastanti su noi stessi, sulle relazioni e di conseguenza su tutte le attività lavorative che svolgiamo con le persone.

Se, per esempio, il rapporto quotidiano che abbiamo con noi stessi si basa sulla fretta e sulla trascuratezza su quello che sentiamo e proviamo, il nostro livello di produttività andrà a scemare. Oppure in un team la fretta di raggiungere il risultato può far trascurare momenti piacevoli di interazione, visto che si è più concentrati sulla performance che sulle persone e i loro bisogni.

In entrambi gli esempi si trascurano la consapevolezza che il nostro operato è influenzato da ciò che ci circonda, il contesto, le relazioni e la comunicazione.

Trattarsi bene e trattare bene le altre persone non può essere considerata una perdita di tempo. Non richiede “fronzoli” particolari, ma solo il rispetto per se stessi e dell'altro in un'ottica di inclusione e accettazione.

Il conto corrente della gentilezza Mi piace riportare l'esempio del conto corrente della gentilezza che Canuti e Palma riportano nell'interessante libro “La gentilezza che cambia le relazioni”, in cui si prende spunto dal mondo finanziario come metafora per capire l'importanza della gentilezza nei rapporti personali e professionali. Se apriamo un conto corrente della gentilezza e facciamo dei depositi versando cortesia, onestà e gentilezza

creiamo un saldo positivo, così le relazioni sono fluide, efficaci e positive. Se invece siamo scortesii, non inclusivi, irrispettosi nei confronti delle persone “preleviamo” dal conto che entrerà facilmente in rosso, creando così problematiche a livello personale e organizzativo. Specialmente con le persone con cui abbiamo una relazione quotidiana o quasi, è necessario tenere sempre sotto controllo il saldo positivo per vivere bene la relazione visto che le occasioni di prelievo possono essere molteplici.

6 azioni per migliorare le relazioni (non solo) al lavoro.

Comprendere la persona. La comprensione dell'altra persona è la forma di deposito più importante. Conoscere il o la collega con il/la quale trascorriamo la maggior parte del nostro tempo implica riconoscere il suo valore.

Badare alle piccole cose. Spesso le piccole cose fanno la differenza nella relazione e non sono scontate. Come per esempio ringraziare il/la collega per il tempo che ci ha dedicato per spiegarci una nuova procedura o per averci semplicemente aiutato a cercare qualcosa che avevamo perso.

Mantenere gli impegni. Non mantenere un impegno rappresenta una fonte di prelievo importante e rischia di minare la fiducia e la relazione stessa. Pertanto sforzarci di essere affidabili è una buona pratica per creare un clima di sicurezza e tranquillità con le persone che ci circondano.

Chiarire le aspettative. Spesso diamo per scontato che le nostre aspettative siano chiare per le altre persone e quando capiamo che non è così ci rimaniamo male. E' sempre utile ed efficace chiarire ed esplicitare le nostre aspettative per permettere alle altre persone di capirci e di poterci supportare.

Dar prova di coerenza personale. Uno dei modi più importanti di manifestare coerenza è avere uno stile di vita che rispetta i nostri valori.

Perché grazie a loro riusciamo ad avere una guida nelle nostre decisioni e nelle nostre scelte.

Scusarci sinceramente in caso di prelievo. Può sicuramente capitare di “prelevare”, la “disconferma” (ossia la mancanza di riconoscimento del ruolo, con tante azioni correlate come per esempio mancati inviti a riunioni, etc...) è uno dei modi più utilizzati in azienda. Chiedere scusa in modo sincero e consapevole è un modo per riallinearci. Per poterlo fare occorre essere sicuri di se stessi ed avere saldi i propri valori, senza per questo farci apparire più deboli o perdere la nostra autorevolezza.

Per concludere Come disse Viktor Frankl (Psichiatra austriaco, sopravvissuto alla strage di Auschwitz) “la libertà fondamentale dell'uomo è quella di scegliere come si comporterà in ogni situazione”. Infatti, con chiunque siamo, qualunque sia il contesto e la comunicazione in essere, solo noi possiamo scegliere quali parole utilizzare, quali azioni fare o quali attenzioni e presenza offrire all'altra persona.

“Una persona gentile sa essere sgradevole, se vuole. Sceglie di non esserlo, semplicemente” – Massimo Bisotti.

Bibliografia

Canuti L, Palma A.M., La gentilezza che cambia le relazioni. Franco Angeli

Goleman D., Focus. Perché fare attenzione ci rende migliori e più felici.

Rizzoli Zukav G., Il potere autentico delle relazioni. Corbaccio

La Gentilezza è un affare Scai Comunicazione

Scai Comunicazione – 4 aprile 2022

<https://scaicomunicazione.com/gentilezza-affare-per-le-aziende/>

Molte volte si confonde la gentilezza con l'educazione usando i termini come se fossero dei sinonimi. Essere gentili non è ringraziare un amico per una cortesia o tenere aperta una porta: questa è educazione. La gentilezza è un atteggiamento che riguarda l'ascolto, la comprensione, il rispetto e la fiducia verso il prossimo. In azienda la gentilezza è un affare perché facilita la creazione di una squadra unita, rende possibile la realizzazione di team di successo che lavorano in linea con un'unica visione: quella di perseguire gli obiettivi, ma nel rispetto del benessere collettivo e del valore individuale.

Per dare vita a un team eccellente e altamente produttivo la cosa più importante delle persone che lo compongono è il modo in cui interagiscono, organizzano il lavoro e considerano i rispettivi contributi. Il requisito imprescindibile che deve possedere un valido team è la sicurezza psicologica. Essenzialmente riguarda la possibilità di assumersi dei rischi nel lavoro senza il timore di sentirsi in imbarazzo o, peggio ancora, giudicati.

L'elemento che fa la differenza nei team è appunto la sicurezza psicologica che è alla base della gentilezza ed è generata proprio da essa. Lo stile aggressivo non porta a nulla. La pandemia, poi, ha accentuato le sensibilità.

Come essere più gentili?

Per essere gentili con gli altri, occorre iniziare ad esserlo con se stessi. Può sembrare banale ma prendersi cura di se ed ascoltarsi rientrano tra le azioni meno comuni che compiamo. Si può iniziare concentrandosi sul respiro, per poi giungere alla meditazione. Anche pochi minuti al giorno sono sufficienti. Poi si passa ad attività più concrete. Si tratta di un processo che, da una mentalità io-centrica, fa arrivare ad un mindset noi-centrico.

Ci sono dei percorsi in azienda volti ad espandere il verbo della gentilezza, trasferendolo in una serie di buone pratiche. Dunque il centro nevralgico da cui si innesca il circolo virtuoso della gentilezza resta la ricerca di rimedi a tutte quelle circostanze, prodotto di disattenzione nel migliore dei casi, di maleducazione delle volte, nelle quali ci sentiamo ignorati come se fossimo completamente trasparenti. Basti pensare a quando il nostro saluto non è ricambiato o non riceviamo alcuna risposta ad un'email o ad un messaggio.

Sono minime scortesie, vessazioni quotidiane che subiamo e a volte facciamo subire agli altri senza nemmeno accorgercene ma in questo modo, giorno dopo giorno, contribuiamo a svuotare di significato il motto della centralità della persona.

La gentilezza è un affare che riduce i costi relazionali

Si può iniziare a costruire il castello della gentilezza nel momento in cui si raggiunge la consapevolezza dei propri atteggiamenti e si vira verso nuovi emisferi distanti dalle scortesie. La gentilezza è un affare a tutti gli effetti.

Infatti tra i benefici di carattere economico troviamo la riduzione dei costi relazionali, costi che non compaiono palesemente in bilancio ma si manifestano in futili rimostranze, rifacimento di progetti, errori causati dalla distrazione, progetti consegnati in ritardo, che inficiano gli asset produttivi e reddituali delle aziende.

Il primo a credere in tutto questo – per se e per i suoi collaboratori, a cui metteva a disposizione delle sale e dei seminari – è stato il fondatore della Apple, Steve Jobs. Non da meno anche Nike, Google e AstraZeneca che organizza dei momenti di meditazione per

affrontare le riunioni più impegnative, al posto delle meno salutari pause caffè.

In Italia investe sulla gentilezza anche la psicologa ed imprenditrice Giada Caudullo. Durante la fase più critica della pandemia, in pausa pranzo, ha trasformato la sala eventi in una sala meditazione sostenendo che quest'ultima sia uno strumento per arrivare al benessere psicologico e la gentilezza sia il perno della crescita.

Oltre alla gentilezza anche modelli di imprenditori gentili

La gentilezza come affare raggiunge un livello superiore nel momento in cui si eleva a veri e propri modelli di business in cui gli imprenditori diventano oracoli di gentilezza.

Non si può non citare il noto imprenditore Adriano Olivetti che cercò di creare un equilibrio tra profitto e solidarietà. Ma anche Brunello Cucinelli, sostenitore del capitalismo umanistico, fino ad arrivare ai meno noti, come Stefano Conti: deceduto nel 2018, ha lasciato in eredità l'80% della sua Elettroservice ai collaboratori e solo il 20% ai suoi cari.

A certificare le organizzazioni in cui la qualità dell'ambiente è migliore, con la garanzia dei voti dei dipendenti, è la classifica annuale Great Place to Work. I punti chiave rimangono fiducia e spirito di collaborazione.

L'edizione 2021 mette ai primi posti: American Express Italia, Msd Italia, Abb Vie Italia, Hilton e Dhl Express.

Fattore Gentilezza: il motore della ripresa economica

Simona Artanidi – 13 aprile 2022

<https://ilvelodimaya.eu/fattore-gentilezza-il-motore-della-ripresa-economica/>

Nel mondo del lavoro le soft skills e le competenze relazionali rappresentano un requisito del futuro: 5 consigli di Business Etiquette per creare un ambiente di lavoro educato e produttivo in un mondo che cambia.

Tra pandemia, guerre, aumenti, l'economia è ancora in affanno e in cerca di una vera ripresa: ci vorrà tanta gentilezza per aiutarla a rimettersi in carreggiata!

TRATTARE IL CLIENTE... CON I GUANTI DI VELLUTO

Mai come in questo momento occorre trattare i nostri clienti con dovuto rispetto, cura, attenzione: ogni azienda deve fare il possibile per garantire che le esigenze della clientela siano pienamente soddisfatte. Fornire prodotti e servizi di qualità a un prezzo equo è essenziale, ma assicurarsi che il cliente si senta valorizzato è altrettanto importante. Diversi studi hanno dimostrato, infatti, che quando le persone vengono trattate con cortesia è più probabile che tornino a comprare un determinato prodotto/servizio e addirittura lo raccomandino ad altri.

CREARE UN TEAM GENTILE E PROATTIVO: UN OBIETTIVO REALIZZABILE

Per offrire al cliente la migliore esperienza possibile in questo momento storico le aziende cercano dipendenti professionali, gentili e proattivi, possibilmente formati con un corso certificato di Business Etiquette, che garantisce la capacità relazionale: una buona etichetta professionale infatti è in grado di trasformare, con un piccolo sforzo, una esperienza cliente ordinaria in una esperienza... straordinaria!

LE BUONE MANIERE SONO SEMPRE UN OTTIMO AFFARE

Un approccio educato rappresenta quindi un potente strumento per fidelizzare i clienti e creare un'immagine positiva del proprio brand. Ci sono molti vantaggi nell'utilizzo di un approccio gentile nel mondo degli affari, ne elenchiamo alcuni:

- Permette di far sentire i clienti e i colleghi apprezzati e ben accolti
- Genera un'esperienza di qualità per i clienti e il passaparola positivo
- Aiuta a costruire la fiducia
- Incoraggia i clienti a tornare
- Aiuta a creare una reputazione positiva per il brand

Non è solo l'economia ad aver bisogno di questo tipo di guarigione; sono anche le nostre relazioni con gli altri. Dopo anni di distanziamento sociale dobbiamo ricominciare a prenderci cura l'uno dell'altro ed essere disposti anche a dare una mano al prossimo. Quando le persone sono in grado di lavorare insieme aiutandosi a vicenda, in un ambiente sano e ricco di valori umani, possono succedere grandi cose.

Ecco 5 consigli di Business Etiquette per migliorare la gentilezza in qualsiasi ambiente professionale:

1. Sorridi e saluta tutti quelli che incontri. Sorridere è uno dei modi più semplici ma più efficaci per comunicare con gli altri. Può illuminare la giornata delle persone e farle sentire più felici. Quando sorridi a qualcuno, è probabile che ricambierà ed è un modo efficace per mostrare gentilezza e iniziare bene una conversazione. Augurare il "Buongiorno" è un altro sistema elegante per comunicare la nostra educazione e fa gli

altri apprezzati e ben accolti. Un semplice sorriso e un saluto possono fare quindi una grande differenza nella giornata delle persone che incontriamo.

2. Diventa ambasciatore dei valori della Business Etiquette – Uno dei modi migliori per incoraggiare la gentilezza sul posto di lavoro è dare sempre un buon esempio. Le persone infatti tendono a replicare ciò che vedono. Questo significa essere educati e rispettosi con tutti quelli che incontriamo, dai nostri colleghi ai nostri clienti. Significa anche prendersi del tempo per aiutare chi ne ha bisogno, sia che si tratti di offrire una sostituzione per qualcuno che è malato o dare semplicemente una mano con un progetto.

3. Utilizza l'arte del complimento. Un complimento sincero rappresenta un ottimo modo per far sentire le persone apprezzate e rispettate. Quando fai un elogio a qualcuno, dimostri che ti sei preso il tempo per notare qualcosa di speciale in lui e che lo apprezzi. I complimenti

possono illuminare la giornata degli altri, motivo per cui rappresentano uno strumento prezioso per costruire relazioni di qualità.

4. Vestiti in modo elegante e curato. Una persona ben vestita si nota sempre. Quando si utilizza un dress code professionale e rifinito con un tocco di eleganza, rispettiamo non solo noi stessi, ma anche le persone che ci circondano. Non è solo una questione di vanità, ma anche di etichetta e di immagine. In un mondo in cui tutto è casual, informale e sciatto, vestirsi bene ci distingue e ci rende più professionali.

5. Sii comprensivo quando qualcuno commette un errore. Nel mondo degli affari gli errori accadono ogni giorno. Il perdono è la chiave per mantenere un rapporto di lavoro positivo con i colleghi. Se un collaboratore commette uno sbaglio, basta essere comprensivi e aiutare l'altra persona a imparare dal suo stesso errore. Se siamo noi a commettere un errore chiediamo scusa con umiltà. E' importante non soffermarsi, andare avanti, collaborare per risolvere il problema e creare un clima positivo, che andrà a beneficio di tutte le persone coinvolte.

PROFESSIONALITA' E CORTESIA PER UNA NUOVA ERA ECONOMICA

La gentilezza rimane sempre al centro della nostra capacità di relazionarci con gli altri. È un fondamento etico che ci permette di vedere il meglio nelle persone e di entrare in empatia con le loro situazioni. Un approccio di qualità ispira anche gli altri a essere gentili, creando un circolo virtuoso di positività.

La gentilezza è quindi un requisito del futuro. È una delle virtù più importanti che possiamo possedere. E' una qualità che tutti dovremmo aspirare ad avere. È il collante che tiene insieme le relazioni. La gentilezza rende il mondo un posto migliore.

Se davvero vogliamo aiutare l'economia, iniziamo tutti a essere gentili con noi stessi e con le persone intorno a noi. Da qui dobbiamo ripartire.

LA SOLUZIONE? UN CORSO DI BUSINESS ETIQUETTE

Fortunatamente la gentilezza può essere appresa con un percorso di Business Etiquette: molto può fare in termini di rilancio e di sviluppo delle nostre imprese e, dunque, è certamente anche un innovativo requisito professionale. I corsi certificati di Etiquette Italy aiutano infatti a creare un ambiente di lavoro più gentile e produttivo. I corsi si concentrano sull'insegnamento dell'importanza del rispetto, della considerazione e della gentilezza sul posto di lavoro. Questo può aiutare a creare un'atmosfera più positiva e produttiva. I corsi insegnano anche l'importanza del linguaggio del corpo, della prima impressione e della comunicazione elegante. Questo può aiutare a creare migliori relazioni di lavoro con colleghi, clienti e partner commerciali.

La Gentilezza come strategia aziendale

ETicaNews – 20 maggio 2022

<https://www.eticanews.it/la-gentilezza-come-strategia-aziendale/>

La gentilezza è la nuova leva sulla quale possono agire le imprese per aumentare il gradimento del pubblico verso il loro business. È da questa convinzione che nasce la prima “fabbrica della gentilezza” con l’obiettivo di aiutare le imprese a rafforzare le proprie vendite e la propria reputazione con best practices gentili e lodevoli, ma pur sempre concrete. The Kindness Industry consolida in un unico hub vari prodotti, servizi e soluzioni socialmente responsabili innovative già operativi in Europa, ed è attivo con tre sedi a Milano, Parigi e Barcellona.

L’approccio della “fabbrica della gentilezza” è frutto del lavoro del team di Fpc che, nel corso degli anni, ha sviluppato un portafoglio di strumenti “gentili”: il Cv Redirector, il risponditore per curriculum vitae “socialmente responsabile”; City Scraps, la serie di box in plexiglass contenenti rifiuti di strada brandizzati per ogni città che ha “occupato” un’edizione del Fuori Salone; Soffitta Stories, memorabilia con tanto di storia raccontata dai loro anziani proprietari annessa; Borgo Office, la piattaforma che propone soggiorni gratuiti nei borghi in cambio di un sostegno all’agriturismo ospitante.

The Kindness Industry si propone anche come consulente per la creazione di “Kindness hub” aziendali, dedicati alla messa in pratica di iniziative personalizzate in quattro aree: vendite, brand awareness, employer branding e reputazione. Inoltre, per valutare l’impatto delle azioni, ha predisposto un apposito Kindness Performance Index©, in grado di calcolare, attraverso un algoritmo che incrocia una serie di dati, la reazione del pubblico rispetto alla strategia adottata.

Il vantaggio competitivo assicurato dai leader Gentili

Genova24 – 19 luglio 2022

<https://www.genova24.it/2022/07/il-vantaggio-competitivo-assicurato-dai-leader-gentili-310980/>

I modelli tradizionali di governance sono in crisi in ogni settore della società

La complessità del presente richiede nuove coordinate di guida.

Sono sempre più le voci che segnalano come nelle nostre società sia in vista, o stia già avvenendo, un radicale cambiamento nella natura delle leadership.

I vorticosi mutamenti sociali, il riallinearsi delle priorità delle agende politiche, le minacce e le sfide epocali che paiono pararsi di fronte all'umanità (alla pandemia e al cambiamento climatico si è ora aggiunto il pericolo concreto di un terzo, devastante, conflitto mondiale) generano disorientamento con la conseguente necessità di nuove coordinate di guida.

La crisi delle leadership 'classiche'

Un diverso modello di governance è ciò che viene indicato come essenziale per rispondere alle sfide tremende della contemporaneità. In ogni settore delle società, politica ed impresa in primis, si registra la crescente difficoltà degli stili di leadership che si rifanno agli stereotipi classici. Il 'leader forte', il comando gerarchico, la visione iper-pragmatica di breve termine, la responsabilità limitata ai più immediati referenti (siano essi i dirigenti di un partito politico o gli azionisti di un'azienda) sono tratti considerati sempre più asincroni rispetto ai cambiamenti che investono ogni ambito delle attività umane.

Il fenomeno (indicativo) del Big Quit

I risultati di tale inadeguatezza si manifestano a cascata, fino ad arrivare alle viscere delle società. Dalla cosiddetta 'crisi o stanchezza delle democrazie' fino al più recente fenomeno delle Grandi Dimissioni (Great Resignation o Big Quit) che, partito nel 2021 dagli Stati Uniti, si è allargato al mondo occidentale e alle economie più avanzate. Certo quest'ultimo lo si considera prevalentemente un portato dell'era pandemica, con i lockdown e gli sconvolgimenti socio-relazionali e occupazionali che hanno indotto tantissime persone a riflettere sulla condizione e le prospettive della propria esistenza. Un dato dunque in attesa di conferma con l'auspicato ritorno ad una progressiva normalità.

Gratificazione, flessibilità, equilibri di vita: le preferenze dei lavoratori del nuovo secolo Rimane il fatto, come ha notato Larry Fink, che "nessun rapporto ha subito più modifiche a causa della pandemia di quello tra datori di lavoro e dipendenti". Un'affermazione suffragata dai numeri: nel 2021, negli Stati Uniti, ben più di 4 milioni di persone hanno lasciato volontariamente il lavoro. Mentre in Italia già nei primi dieci mesi dello scorso anno quasi 800mila lavoratori hanno abbandonato la loro posizione a tempo indeterminato, 40mila in più rispetto al 2019. Dalle analisi sull'evoluzione del mercato del lavoro emerge in ogni caso una chiara tendenza: nell'approcciarsi ad una nuova occupazione le persone danno sempre più importanza alla flessibilità e a mansioni che producano gratificazioni personali.

Così come alla ricerca di un maggiore equilibrio vita privata lavoro, con una marcata preferenza verso contesti caratterizzati da una cultura aziendale inclusiva.

Alla ricerca della qualità delle relazioni

Ecco allora che le dinamiche gestionali assumono una rilevanza decisiva nel potenziamento della corporate identity e dell'employer branding, permettendo all'azienda di proiettare all'interno e all'esterno un'immagine positiva. Favorendo il benessere dei dipendenti e, al contempo, la propria attrattività nei confronti dei migliori talenti. Da qui il valore strategico di una cultura d'impresa consapevole del vantaggio competitivo assicurato dalla qualità delle relazioni, caratteristica che consente alle organizzazioni di generare attorno a sé e dentro di sé

attenzione, fiducia e, in ultima analisi, incrementi di produttività e redditività.

Il benessere organizzativo fa bene alle imprese

Nell'ambito della ricerca della qualità delle relazioni assumono di conseguenza un valore sempre più importante aspetti quali l'aumento della motivazione, lo sviluppo e la condivisione di emozioni positive, così da favorire un clima di soddisfazione che si riverbera positivamente sull'atteggiamento delle persone e conseguentemente sulle performance organizzative. Tutto ciò chiama ovviamente in causa in primo luogo lo stile delle leadership aziendali. Quali sono le abilità che un leader è chiamato a possedere oggi? Per dirla con Klaus Schwab, presidente del Forum di Davos, occorre innanzitutto spostare l'attenzione dagli interessi di breve termine ad un pensiero strategico di lungo termine, sostituendo "la visione a tunnel e l'approccio top-down che prevalevano in passato". Un modello di governance 4.0 che comprende il creative thinking, la reazione rapida ai cambiamenti, l'instaurazione di partnership strategiche con tutti gli stakeholder.

Positività ed empatia, così nasce un leader gentile

A queste si aggiungono la capacità di gestire la complessità ma anche l'ottimismo e l'orientamento all'intelligenza emotiva. Soprattutto, sottolinea Paolo Boccardelli direttore della Luiss Business School, una delle caratteristiche dei leader, emersa con forza negli ultimi tempi è quella della gentilezza: "Il leader gentile è colui che pratica l'ascolto, è empatico, non nasconde le emozioni e lavora su di esse per favorire una maggiore coesione e responsabilizzazione del proprio team. Le organizzazioni guidate da leader gentili sono più attrattive per i talenti: la gentilezza genera motivazione e senso di partecipazione alle decisioni".

Le nuove forme di governance improntate alla gentilezza e all'inclusività

Il leader gentile privilegia l'empatia, la collaborazione, la flessibilità. Motiva e responsabilizza i propri collaboratori, mettendoli in condizione di dare il meglio. Per tale via si pone come un vero e proprio coach, un costante punto di riferimento per tutte le persone che popolano il luogo di lavoro. Un approccio empatico e 'gentile' può in questo senso rappresentare una efficace risposta alla crisi dei 'modelli classici' di leadership nelle società contemporanee. Secondo Klaus Schwab "di fronte a rischi crescenti e alla nostra incapacità di affrontarli, abbiamo iniziato a cercare i colpevoli. Alcuni puntano il dito contro leader politici inetti, altri incolpano i dirigenti aziendali e una minoranza disperata e in crescita vede una cospirazione delle élite". Più semplicemente alla base della nostra incapacità di prevedere e gestire i rischi e la complessità del presente c'è sicuramente un problema di governance. Le leadership ispirate agli stereotipi classici non sono più adatte allo scopo. La riscoperta dell'empatia e della gentilezza può decisamente essere di aiuto.

Con un leader Gentile collaboratori responsabili e aziende flessibili

Gianni Rusconi – 25 luglio 2022

https://www.ilsole24ore.com/art/con-leader-gentile-collaboratori-responsabili-e-aziende-flessibili-AETU3biB?refresh_ce=1

L'obiettivo è favorire i processi di responsabilizzazione, creando la fiducia necessaria al miglioramento continuo dell'individuo.

Uno dei punti cardine del cosiddetto "new (never) normal" riguarda il tema del lavoro, la cui gestione dentro e fuori i confini aziendali va ripensata e riorganizzata, perché con lo smart working sono sopraggiunte nuove esigenze e la maggior parte degli Hr Manager ha maturato la decisione di introdurre modelli legati agli obiettivi e sganciati da orari fissi e consolidati.

Siamo in un'era che registra fenomeni come la "great resignation" e che impone di conseguenza al management un cambio di approccio per mettere in moto nuove dinamiche finalizzate a rendere responsabili e maggiormente coinvolti collaboratori e dipendenti, affinché questi possano vivere bene in azienda e sentirsi gratificati per la funzione/professione svolta.

La soluzione? Essere un leader gentile e capace di coinvolgere le persone nelle vita quotidiana e nelle vicissitudini dell'organizzazione. È il tema affrontato da Paolo Bruttini e Massimo Lugli nel libro di recente uscita "Nudge solutions program. Cambiamento gentile e strumenti per una leadership aperta", che raccoglie una quarantina di strumenti (i "nudge tool", e quindi architetture di pensiero, modelli di comportamento e liste di azioni combinate) utili alla classe dirigente affinché possano imparare ad esercitare la leadership gentile e maturare maggiore consapevolezza nell'analizzare una situazione, prendere una decisione, fare team building e, non in ultimo, gestire i conflitti tra le persone.

L'approccio gentile, come si legge nella nota di presentazione del libro, si articola rispetto a tre elementi fondamentali. In primis la tenerezza che permette di avvicinarsi al collaboratore e di mettersi nei suoi panni; quindi il rispetto verso l'altro in quanto persona, che nella relazione capo-collaboratore si traduce nel supporto e nell'aiuto che il primo deve al secondo per risolvere i problemi di tutti i giorni, favorendo i processi di responsabilizzazione e creando la fiducia necessaria al miglioramento continuo dell'individuo.

Infine la delicatezza, intesa come capacità di accettare tempi e modalità del collaboratore (soprattutto dei più giovani) non imponendosi e non invadendo. "Con la pandemia - spiega Bruttini al Sole24ore.com - sono andati in crisi molti modelli, perché sono venuti meno processi usuali come il controllo delle persone esercitato in modo diretto e fisico. I leader hanno dovuto rivedere il proprio ruolo e il modo di lavorare attraverso strumenti come le piattaforme di comunicazione trovandosi di fronte, nel primo lockdown almeno, a persone disorientate, spesso traumatizzate. Da lì è nata l'esigenza di un linguaggio nuovo, di un manager che deve stare più attento alle relazioni e alla creazione di un nuovo tessuto connettivo".

Ed è proprio in questo scenario che emerge il tema della gentilezza e di un modello che richiama il concetto di leadership aperta, preposta all'ascolto, all'agilità e alla flessibilità. Alla collaborazione e all'autonomia operativa. "Se la rivoluzione dell'open leadership - aggiunge in proposito Bruttini - nasce in funzione della pervasività del digitale, dei canali social e dell'affermarsi dei modelli di relazione della società liquida, la Rete ci ha confermato come i processi di auto organizzazione potevano diventare fondamentali".

La pandemia, secondo l'autore, ha creato infatti una tale discontinuità a tutti i livelli da cambiare anche la catena di comando, portando la responsabilità di alcune funzioni dal top

management ai livelli intermedi. E se nelle realtà grandi i modelli consolidati di organizzazione rimangono in molti casi quelli tradizionali, nelle aziende più piccole c'è sempre stata una propensione al modello open e alla sperimentazione di modelli relazionali più flessibili.

La gentilezza, diventa di conseguenza uno strumento per esercitare il proprio ruolo in modo coinvolgente e non più ingegneristico, va intesa come valore dell'organizzazione e come espressione di rispetto delle persone che la compongono. L'atteggiamento del manager rispetto a questo "attributo" si declina in maggiore attenzione alla leggerezza dell'operare e all'intimità delle relazioni e dell'emozione del contatto. E così genera performance e soddisfazione.

Ma tutti i manager possono diventare leader gentili? A precisa domanda, la risposta di Bruttini rivela anche un'esortazione a procedere: "Siamo in una fase iniziale di questo nuovo approccio, serve rendere sistemico questo tema e per farlo serve necessariamente una mappatura approfondita di questo concetto".

Leadership: la Gentilezza fa crescere il business

Infoquadri.it – Gennaio 2023

<https://www.infoquadri.it/2023/01/leadership-la-gentilezza-fa-crescere-il-business/>

Una buona retribuzione non è più sufficiente ad assicurare la fidelizzazione degli impiegati in azienda. Il mercato del lavoro sta mutando e, nonostante il livello di disoccupazione sia ancora alto, dimettersi non fa più paura. Il desiderio di essere felici è spesso più forte di qualsiasi remora.

Un fenomeno che, in America, prende il nome di “Great Resignation”, ora descritto nero su bianco dalle recenti ricerche condotte nel nostro Paese, dall’Università Popolare degli Studi di Milano. Creare ambienti piacevoli, stimolare il senso di appartenenza e, soprattutto, assicurare un approccio empatico, sono elementi imprescindibili che ora, possono seriamente cambiare il destino di un’azienda.

Il 20% dei lavoratori vuole cambiare lavoro per mancanza di serenità in azienda. La produttività, invece, cresce del 68% nelle realtà in cui i rapporti sono basati sull’empatia. Le ricerche condotte dall’Università Popolare degli Studi di Milano spiegano quanto sia forte il potere anche di un semplice “grazie”.

Su un campione di 478 aziende di diverse dimensioni prese in esame, si è riscontrato che, tra i dipendenti, il 20% manifesta la volontà di cambiare lavoro a causa della mancanza di relazione interna all’ambiente lavorativo.

Il 32% ritiene che la gestione umana del proprio superiore incida negativamente sulle proprie performance. L’87% dei dipendenti intervistato pensa che i sistemi di incentivazione economica, in assenza di riconoscimento formale della relazione, siano nulli e non siano il fattore rilevante per le performance. Il 57% degli intervistati afferma che in presenza di Gentilezza ed Empatia si è maggiormente motivati a produttivi. Il 95% ritiene che alla base di una peak performance (i picchi di eccellenza) c’è il rapporto “comprensivo” con il proprio capo ed i colleghi.

I lavoratori, dunque, prendono sempre più consapevolezza che la gentilezza è sinonimo di “salute”. Un approccio empatico aiuta a sentirsi felici e benvenuti, fa risolvere più facilmente i conflitti e, fattore non di certo secondario, spinge a essere più produttivi.

A tal proposito, l’Università Popolare degli Studi di Milano ha in effetti evidenziato (basandosi su un campione rappresentativo di 348 aziende italiane di diverse dimensioni e operanti in vari settori) una produttività superiore del 68% nelle realtà in cui i rapporti interpersonali sono basati su gentilezza ed empatia rispetto a chi, invece, continua a mantenere un approccio più formale e distaccato tra colleghi, capi, sottoposti, clienti o fornitori. Da evidenziare, soprattutto, i dati relativi alla fiducia (che cresce del 75%) e della soddisfazione di chi lavora o collabora con quella specifica azienda (che segna un +93%).

Dati alla mano, è dunque necessario che imprenditori e manager prendano sempre più coscienza che un clima di lavoro ostile non porta benefici, anche e soprattutto in termini di business.

Sono anni che il sistema di welfare aziendale si interroga su come si possano aumentare i livelli di benessere percepito, andando ad impattare positivamente su riduzioni drastiche di assenteismo, malattia e scarsa produttività. – fa presente Roberto Castaldo, Presidente e fondatore di 4 M.A.N. Consulting che ha reso possibile la ricerca – Eppure, ancora oggi, nonostante le evidenze, il concetto di felicità in azienda viene visto con diffidenza, anche se finalmente qualcosa sta cambiando». Alcune aziende, infatti, si stanno dotando di uno Chief Happiness Officer o manager della felicità, una figura professionale nello staff HR con competenza in coaching che si occupa dello stato di benessere dei dipendenti e del loro livello di soddisfazione.

È ormai palese, infatti, il grande valore aggiunto in tutta la parte di governance garantito dal “well-being management” e l’applicazione di sistemi incentivanti basati sulla leadership umanistica. Presupposti che fanno parte dei pilastri dello Human Performance Protocol, un sistema di performance management, che rivede il ruolo della persona in una rivoluzione culturale che richiama i principi umanistici.

La ricerca condotta dal nostro Ateneo aggiunge il Professor Marco Grappiglia, Presidente Università Popolare degli Studi di Milano – è fondamentale soprattutto se tiene conto dell’attuale scenario storico, sociale ed economico. È facilmente comprensibile che la crisi portata dal covid19 renda ora necessaria una buona dose di fiducia, nel datore di lavoro o nel fornitore. È indispensabile credere, ad esempio, che il proprio “capo” faccia il possibile per mantenere il lavoro di tutti i suoi dipendenti, tutelandone la salute e facendo quadrare i conti». Al contrario, quando manca questa fiducia, si può scivolare in uno stato depressivo che porta a lavorare meno e peggio, o a decidere di licenziarsi per cercare un nuovo impiego.

Una miglior qualità di vita all’interno dell’azienda – fa sempre notare il report dell’Università Popolare degli Studi di Milano – rende possibile l’acquisizione e la fidelizzazione dei migliori talenti, che sceglieranno spontaneamente di mettere a disposizione dell’azienda le proprie idee e competenze, al fine di crescere.

Gentilezza ed empatia, dunque, sono la vera rivoluzione da mettere in atto per determinare il destino di un’azienda. Una buona brand reputation, infatti, tenderà a fidelizzare non solo i talenti ma anche i clienti migliori. La felicità in azienda è lo strumento vincente per il raggiungimento degli obiettivi di business.

Al via i primi studi per calcolare gli effetti reali della Gentilezza sulla società

ANSA – 8 novembre 2023

https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/cosieta_diritti/2023/11/08/al-via-i-primi-studi-per-calcolare-gli-effetti-reali-della-gentilezza_ae061a39-4bd8-4826-9a2f72d65d450573/

La gentilezza è un valore, che effetto reale ha? Nasce il primo Osservatorio italiano della gentilezza e del comportamento.

Sarà un organismo indipendente che svilupperà progetti di ricerca multidisciplinari sul valore sociale, ambientale ed economico della gentilezza, coordinato dal Movimento italiano per la gentilezza (MIG), ente no profit fondato nel 2001 e diretto dalla presidente Natalia Re.

Al via, in occasione della Giornata Mondiale il 13 novembre, anche la nuova campagna di sensibilizzazione: fra i testimonial l'attore protagonista della serie Netflix i Barbari, Gaetano Aronica, l'attrice e produttrice cinematografica Maria Grazia Cucinotta e la scrittrice autrice del best seller I leoni di Sicilia, Stefania Auci.

Il diritto alla gentilezza

“Siamo abituati a pensare alla gentilezza come un elemento accessorio, un plus relazionale, in realtà dovremmo rivendicarne il diritto - spiega la presidente Re - nel concetto di gentilezza, infatti, risiedono le basi del vivere comune, il rispetto dell'altro, delle differenze e delle leggi dello Stato, la gentilezza è lo strumento che ci aiuta a vivere e interagire con il prossimo in maniera virtuosa”.

Al via gli studi sugli effetti reali della gentilezza La missione dell'Osservatorio sarà proprio quella di analizzare gli effetti reali sulla società contemporanea. La prima indagine infatti si concentrerà sullo studio della gentilezza in relazione all'aumento del PIL, in che modo cioè un ecosistema più gentile può influenzare la generazione di ricchezza di un Paese. A questa si affiancherà uno studio sul mondo delle carceri, in particolare per ciò che riguarda la riabilitazione e il reinserimento dei detenuti. Un ambito di analisi, quest'ultimo, che si colloca sulla scia di alcuni progetti sperimentali portati avanti dal MIG, come ad esempio “La scuola di emozione” sviluppata insieme all'Osservatorio Antigone presso il carcere Pagliarelli di Palermo.

“Abbiamo voluto che l'indirizzo dell'Osservatorio del MIG avesse una direzione chiara e si muovesse per contribuire alla costruzione di una società più giusta - aggiunge la presidente - se infatti oggi empiricamente possiamo riconoscere il portato della gentilezza nella creazione di comunità più sostenibili, con il nostro progetto vogliamo fornire ai decisori e alle amministrazioni dati tangibili che possano supportarli nelle scelte quotidiane”. L'Osservatorio collaborerà con organizzazioni pubbliche e private, il comitato scientifico in costruzione sarà diretto dal dottor Salvino Marcello Vitaliti, direttore dell'Unità terapia intensiva neonatale dell'Arnas Civico di Palermo.

Il Movimento italiano per la gentilezza nasce nel 2001, più di vent'anni fa, con lo scopo di diffondere e promuovere l'uso della gentilezza nella società favorendo il multiculturalismo e la coesione sociale, e dal 2023 è diretto dalla presidente Natalia Re, manager e attivista culturale e ambientale. Il programma del MIG verte su quattro linee guida - Sanità, Giustizia, Urbanità Sostenibile ed Uguaglianza Globale - ispirate al Global Goal 11 di Agenda 2030 UN ed è collegato al “World Kindness Movement” di Tokio, movimento riconosciuto dalle Nazioni Unite, di cui la presidente Re fa parte.

Gentilezza sul lavoro: ecco come può davvero fare la differenza

Martina Podetti – 16 novembre 2014

<https://www.ninja.it/gentilezza-sul-lavoro/>

Decenni di studi e ricerche affermano che, in un mondo che va sempre più di fretta e ci vuole più performanti, scattanti, al top della forma e sempre sul pezzo, la gentilezza non è più solo un valore, ma una necessità in grado di fare la differenza. Anche nel CV. Sebbene spesso non venga citata, a lungo termine può essere proprio la gentilezza quell'elemento in grado di determinare il successo di un marketer "Sii gentile e abbi coraggio": lo ha scritto per la prima volta Anna Frank all'interno della copertina di uno dei suoi diari, e tutti almeno una volta lo abbiamo sentito ripetere dalle nostre nonne.

Ma c'è di più: in periodi stressanti, quando l'ansia è alle stelle ed il morale è basso, la gentilezza diventa un must. Le ricerche affermano infatti che, a livello individuale, compiere atti di gentilezza aumenta i livelli di serotonina e dopamina, due neurotrasmettitori cerebrali che contribuiscono alla sensazione di benessere e soddisfazione, e favorisce il rilascio di endorfine, antidolorifici naturali per il corpo. In poche parole: dipendenti più felici e più impegnati.

La gentilezza dice moltissimo della persona che si ha di fronte, del carattere, dell'impegno e del modo in cui si approccia ai problemi. Per un buon leader, praticare la gentilezza è indispensabile per trattenere i migliori talenti e per la creazione di un ambiente di lavoro sereno e produttivo, con ovviamente ricadute anche sulla produttività. Quando le persone ricevono un complimento e vedono riconosciuto il proprio talento, si sentono soddisfatte, aumentano la propria autostima e si sentono di conseguenza anche più coinvolte.

C'è di più: la gentilezza è contagiosa. Quando all'interno di un team qualcuno si mostra gentile, gli altri sono invogliati a fare lo stesso e a seguire l'esempio.

Ecco alcuni tips da integrare nella vostra routine lavorativa per praticare e diffondere la gentilezza sul lavoro e contribuire a creare una cultura della gentilezza.

1. Per iniziare: gentilezza è prendersi cura di se stessi.

Prendersi cura degli altri è possibile solo mettendo se stessi al primo posto.

Diventa quindi essenziale sapersi prendere cura di se stessi, dei propri bisogni e del proprio benessere fisico, emotivo e mentale affinché il rapporto con gli altri non ne risenta.

Come farlo:

- Comprensione e la gestione del proprio carico di lavoro e delle priorità;
- Evitare di rispondere alle email non urgenti fuori dall'orario di lavoro tradizionale;
- Chiedere aiuto al manager nell'organizzazione di una lista delle attività su cui concentrarsi;
- Prendersi un giorno di malattia o di ferie (necessario) per tutelare la propria salute mentale.

2. Fate il vostro lavoro (e aiutate i colleghi in difficoltà)

All'interno di un team, ritardi e compiti non portati a termine ricadono sul resto della squadra, con un conseguente aumento dei livelli di ansia, stress e frustrazione. Questo

vuole dire che è importante essere puntuali e svolgere il proprio lavoro al meglio delle proprie capacità.

E ricordate: aiutare i colleghi può favorire un senso di cameratismo e di sostegno all'interno del team, contribuendo quindi a creare una cultura della gentilezza.

Come farlo:

Darsi dei micro-obiettivi specifici, che vi potranno aiutare a raggiungere risultati più grandi;

Via libera a liste ed elenchi giornalieri da spuntare che vi consentiranno di tenere traccia dei progressi;

Aiutare i colleghi in difficoltà se il carico di lavoro è relativamente leggero.

3. Ascolta gli altri

Lo smart working ed il lavoro agile hanno reso più facile lavorare in ogni luogo, ma allo stesso tempo hanno reso più complicata la gestione del team.

Prendersi del tempo per incontrare i propri colleghi, virtualmente oppure ancora meglio di persona, è importante per creare il giusto spirito di squadra. Non basta conoscere le persone con cui si lavora, entrare in contatto con loro a un livello più profondo è anche un modo per esplorare le loro sfide e i loro punti dolenti. In questo modo potrete capire come si sentono dentro e fuori dal lavoro, cosa li motiva e come potete aiutarli a rafforzare la loro fiducia.

Come farlo:

Praticate l'ascolto attivo;

Parlate con i vostri colleghi. Chiedetegli dei loro animali domestici, del loro recente trasferimento o della loro famiglia.

4. Gentilezza è valorizzare le persone con cui lavori

Le ricerche confermano che le lodi e la gratitudine fanno sentire le persone apprezzate ed aumentano il loro morale. Per cui è importante non dimenticare di dimostrare alle persone con cui lavori quanto apprezzate il loro lavoro.

A volte basta una frase di incoraggiamento o di riconoscimento per cambiare le sorti di una giornata faticosa.

Come farlo:

Elogia i colleghi il modo autentico;

Fai capire alle persone con cui lavori quanto apprezzate loro ed il loro lavoro;

Concentrati sui risultati recenti di una persona che ti hanno sinceramente colpito.

5. Non confondere gentilezza e cortesia

Quando si è chiamati a dare un parere sul lavoro di un collega, è sempre bene farlo in modo onesto e costruttivo.

Se la cortesia tende infatti a rasentare il compiacimento delle persone e può essere falsa, la gentilezza ha come obiettivo quello di migliorare le skill di qualcuno attraverso un feedback onesto e sensibile.

Come farlo:

Quando vi viene chiesto un parere, concentratevi sia sugli aspetti positivi che su

quelli che possono essere migliorati;
Esercitatevi a inquadrare i feedback apparentemente negativi in chiave positiva;
Ogni feedback può rafforzare la fiducia in se stessi di una persona, anche se si tratta di un feedback critico;

Infine, ricordate: creare una cultura che favorisca la gentilezza permette agli individui non solo di produrre idee innovative, ma anche di sentirsi abbastanza sicuri ad esprimerle e condividerle.

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA COMMERCIO E TURISMO

La parola “gentile” deriva dal latino “gentilis”, che significa “appartenente alla stessa gens”. Gentilezza significa appartenenza a un medesimo gruppo di persone e, in ambito antropologico, il concetto di appartenenza indica accoglienza del singolo da parte del gruppo, assenza di giudizio e protezione dall'esterno.

Nel mondo del turismo e del commercio la gentilezza vince sempre, perchè produce l'effetto di ritorno. Accogliere e fare stare bene significa produrre benessere.

Nel turismo poi è fondamentale che ci sia la declinazione della gentilezza, chi sta bene in un posto ci ritorna, una sorta di ciclo virtuoso che si sviluppa e che mantiene un legame premuroso e attento.

La gentilezza ovvero praticare o ricevere atti gentili aumenta la percezione di benessere personale e rende bendisposti verso l'altro. La gentilezza, insomma, fa crescere il business e determinano il destino di un'azienda.

Tra gli obiettivi di business ci dovrebbe essere proprio la gentilezza, una sorta di brand reputation, che fidelizza i clienti migliori.

Buona gentilezza a noi.

La Gentilezza, un requisito del futuro

MarkUP – 30 settembre 2014

<https://www.mark-up.it/la-gentilezza-un-requisito-del-futuro/>

MARK UP LAB – Il mercato internazionale si orienta e si attrezza all'idea della "gentilezza come professione" (da MARKUP 212)

Per l'articolo completo scaricare il Pdf

Non c'è dubbio. Nel contesto di un mercato internazionale che sempre di più si orienta e si attrezza all'idea della "gentilezza come professione", nel nostro Paese, al contrario, qualcosa ci è sfuggito di mano e ora è fuori di controllo. Ma da qui dobbiamo ripartire. Perché la gentilezza è sì un valore etico, è certamente un bene primario, ma nella nostra società postmoderna assume un'ulteriore valenza. Senza falsi cinismi, dobbiamo ora ripensarla anche in un'ottica applicativa.

Oggi la gentilezza è strumento di marketing, è leva di business e per questo è un irrinunciabile requisito del futuro. Molto può fare in termini di rilancio e di sviluppo delle nostre imprese e, dunque, è certamente anche un innovativo requisito professionale. Di sicuro è un tema che da qualche tempo accende dibattiti critici e strabismi. È così per forza se a New York la gentilezza è diventata con il sindaco Bloomberg vero e proprio obbligo di legge. Se la Harvard University, la più antica d'America, ha introdotto il "giuramento della gentilezza" ed ha acceso veri e propri corsi di cortesia.

Qualche anno fa l'allora ministro Brunetta si lanciava in una campagna all'insegna di dipendenti pubblici gentili per legge. E fa riflettere che ogni anno venga celebrata la "Giornata Mondiale della Gentilezza", così come fa riflettere che anche nel nostro Paese sia nato il Movimento italiano per la Gentilezza. Sono segnali che dobbiamo leggere con attenzione.

Fondamento etico

La gentilezza è un fondamento etico che sta alla base della capacità di relazione, umana, sociale e di business. Ma da consumatori, da clienti, da turisti, da pazienti, quando davvero ritroviamo tutto questo in un negozio, un bar, un ristorante, un ospedale? Che dire delle commesse/commissi che nei più prestigiosi templi della moda ci accolgono con modalità rigida e fredda del "non vorrai davvero entrare?".

O con lo sguardo ancor più raggelante del "non ti verrà davvero in mente di toccare quella borsa?". Che dire della "commessa inseguitrice"? Quella che per ogni passo che fai nel suo regno, ti sta attaccata e ti insegue incalzante con l'alibi fasullo del "sono qui per aiutarla". Che dire dell'insulso e indifferente "sì, mi dica" al telefono? "Ma signorina...cosa vuole che le dica?", ti verrebbe da ribattere. Che dire degli ossessivi e ripetuti "buongiorno" senz'anima? Ne basterebbe uno, ma vero, con contatto visivo sincero, avvolgente, non incalzante. E che dire della nuova generazione dei commissi da location multimedia o libreria multifunzionale? Giovanissimi, informatici, poco formati: sempre su trespolo dietro banco, occhi fissi sullo schermo e sguardo assente verso di te, dal messaggio distante e inequivocabile: "entra pure, sentiti libero di girare, ma non disturbarmi. Ignorami!". E sempre di più ti viene la nostalgia di quel certo modo in cui ti faceva sentire la bottega di una volta.

Che la gentilezza assurga a vero e proprio requisito professionale è un passo dovuto e fondamentale per la ripresa del nostro mercato e del mondo del lavoro. La gentilezza è il fattore immateriale che può ridisegnare il paradigma della relazione, cruciale in ogni strategia di vendita e di fidelizzazione. Ha una valenza di marketing, ma anche un'inedita valenza finanziaria. È uno degli intangible assets contemplati dal bilancio del capitale intangibile di

un'azienda. C'è davvero molto da fare perché è sul fattore umano e sulla freschezza di un mercato umanizzato che si possono accendere ripresa e sviluppo. Il futuro non sarà la gentilezza per decreto o per legge, ma qualcosa di più della dote naturale o di un semplice optional del commesso, sì! Da consumatori poco felici quali siamo oggi, ci basterebbe la "gentilezza come professione".

Non ci illudiamo di arrivare un giorno a chiedere ciò che Kevin Roberts già anni fa faceva dire al consumatore postmoderno: "Can you count the beats of my heart?". Contare i battiti del nostro cuore? No, ci accontenteremmo di molto meno, ma certo, c'è tanto da fare.

Gentilezza e cortesia, nuove parole d'ordine del turismo in Francia

Giovanni – 22 luglio 2015

<https://www.professional-luxury.com/2015/07/gentilezza-e-cortesia-nuove-parole-dordine-del-turismo-in-francia/>

Gentilezza e cortesia, sono generalmente considerati fra gli ingredienti principali dell'accoglienza turistica, pare che in Francia (e in particolare Parigi) siano carenti. Almeno questa è l'opinione espressa dal Ministero del Turismo transalpino che ha lanciato una campagna per sensibilizzare i cittadini francesi a prestare maggiore attenzione nei confronti dell'accoglienza turistica. Il ministro Laurent Fabius ne ha fatto un obiettivo prioritario del suo dicastero, il paese transalpino e Parigi in particolare sono fra le destinazioni turistiche leader a livello mondiale, ne consegue che l'importanza dell'accoglienza turistica, in termini di immagine ma non solo, sia fondamentale per il paese e per la sua economia.

Nizza e riviera francese mete turistiche estate 2015

Lo stereotipo di una certa ruvidezza e supponenza da parte dei cittadini francesi nei confronti dei turisti è duro a morire, ma corrisponde purtroppo molto spesso con la realtà. Il turismo è considerato dal governo una industria molto importante per il paese che deve essere in ogni modo incoraggiata e favorita, il target di 100 milioni di turisti annui previsto per il 2020 dalle autorità è ambizioso ma raggiungibile. La politica di accoglienza, che è come naturale in primis compito degli operatori turistici, ha necessità di essere supportata anche da uno sforzo più generale che deve coinvolgere il paese nel suo complesso.

Be Nice: obiettivo Governo Francese

La cultura dell'accoglienza è però molto difficile da trasmettere ad un popolo, ancora più difficile poi se l'ambiente non è naturalmente ricettivo, in altri termini si tratta di una serie di elementi genetico/culturali che richiedono generazioni per cambiare ed essere assimilati dalla popolazione. Non sono evidentemente sufficienti manuali operativi o corsi di formazione, così come le campagne promozionali per fare diventare un popolo accogliente e disponibile, serve ben altro. La campagna del governo, abbinata ad altre azioni di sburocratizzazione e agevolazione del comparto turistico, è comunque da apprezzare. Si tratta del segno concreto della acquisita consapevolezza ai massimi livelli, dell'importanza di un generale atteggiamento di cortesia e gentilezza come elemento indispensabile dell'offerta turistica.

La Gentilezza crea fatturato

Ugo Perugini - 24 settembre 2018

<https://capoversonewsleader.wordpress.com/2018/24/la-gentilezza-crea-fatturato>

Lo scrive Roberto Rasia dal Polo nel suo ultimo libro "I trucchi della comunicazione efficace", edizioni Jouvence. Ma è uno dei tanti suggerimenti di questo grande comunicatore. Il sottotitolo del libro lo conferma: "Dall'ascolto ai neuroni specchio: come vendersi al meglio".

Naturalmente "vendersi" va inteso in senso lato, che non ha nulla a che vedere con l'idea di offrire prestazioni personali a scopo di lucro. Al contrario, Rasia dal Polo insiste su valori importanti come la professionalità, la serietà, la lealtà, la correttezza, la trasparenza, l'empatia, la semplicità, mezzi fondamentali per avere successo nella raffinata arte della comunicazione.

Senza dimenticare, come si diceva all'inizio, una certa dose di gentilezza...

Quando sorridiamo a un cliente, quando annuiamo, quando prendiamo un prodotto con le nostre mani per spiegarglielo e magari lo indossiamo, quando accogliamo un cliente senza braccia incrociate, senza smorfie di noia, ma con un atteggiamento positivo e aperto, non solo creiamo nel cliente un atteggiamento benevolo e favorevole nei nostri confronti, ma attiviamo nel suo cervello cellule ben precise, che lo spingeranno ad immedesimarsi nel nostro atteggiamento, provando le stesse emozioni e creando fra noi e lui un vero e proprio ponte relazionale, fatto non di aria fritta o di energia pseudo-spirituale, ma di vera e propria biochimica!

Forse è giunto il momento in cui riuscirò a dimostrare pubblicamente che la gentilezza crea fatturato.

Ma solo se è sincera... (sappiamo quanto sia facilmente smascherabile e decisamente controproducente, una gentilezza di facciata, "pelosa" per così dire...)

La forza rivoluzionaria della Gentilezza

Simona Mazza e Carlo Lesma – 16 ottobre 2018

<https://www.inliberta.it/la-forza-rivoluzionaria-della-gentilezza/>

Se tratterai le persone per quelle che sono, resteranno quello che sono. Se le tratterai per quello che possono diventare, forse lo diventeranno... e noi dovremmo imparare a trattare ogni persona come se fosse la migliore persona della terra, anche con i gesti. Perché ogni essere umano è frutto di un miracolo.

Cos'è la gentilezza?

La gentilezza è l'espressione più delicata della bontà. E' una manifestazione "introversa" che si può esprimere attraverso una parola, un gesto, o semplicemente ascoltando chi ci sta di fronte. Essa presuppone empatia e profondo rispetto ma oggi purtroppo questo concetto è poco in linea con la nostra società, dove prevalgono modelli individualisti, poco altruisti. Essere gentili ci espone, perché mette a nudo le nostre caratteristiche individuali e si fonda sulla sensibilità verso gli altri.

Talora può essere scambiata per debolezza.

Eppure un atteggiamento gentile contribuisce a rendere le nostre giornate migliori, sia dal punto di vista professionale sia umano.

Come?

Il processo della gentilezza inizia rompendo le barriere interne che ci separano da noi stessi, per poi proseguire espandendo l'attenzione sul prossimo.

Solitamente adottiamo uno stato mentale fatto di completa opposizione, che innesca una reazione a catena di chiusura totale.

Utilizzare l'atteggiamento virtuoso della gentilezza invece, non solo ci porta a contrastare la negatività generata dai nostri stessi pensieri, ma rimuove la nostra aderenza ad uno stato d'animo controproducente ed innestando il medesimo processo negli altri.

Perché la gentilezza è rivoluzionaria?

Quando siamo arrabbiati perdiamo tanta energia ed ogni impresa sembra titanica.

Di contro, quando siamo in armonia con noi stessi e con il mondo, tutto diventa più facile.

Ciò avviene perché la gentilezza porta energia nel cuore e lo fa utilizzando la frequenza più bassa, quella delle note musicali, dell'armonia.

Con la gentilezza si può cambiare il mondo?

Nella vita ci vuole il giusto equilibrio e probabilmente un mondo fatto solo da persone gentili sarebbe un mondo un po' "artificiale". Eppure, per quanto possa sembrare un concetto utopico e contrario alla natura umana, se riconosciamo la forza della gentilezza abbiamo uno strumento in più per le mani, in grado di rivoluzionare il nostro stimolo alla risposta.

La gentilezza come approccio

L'11 ottobre 1962, al termine della fiaccolata che concluse la giornata di apertura del Concilio ecumenico Vaticano Giovanni Paolo XIII pronunciò le seguenti parole "Tornando a casa, troverete i bambini, date una carezza ai vostri bambini e dite: questa è la carezza del Papa.

Troverete qualche lacrima da asciugare: dite una parola buona”.

Visualizzazione e...

Il suo discorso abbondava di gentilezza, ebbene anche noi attraverso la tecnica della visualizzazione possiamo creare nella mente un nostro personalissimo simbolo della gentilezza: il sorriso di un bambino, un fiore, un tramonto, la luna che si specchia sul mare e via scorrendo, da utilizzare nell’arco della giornata quando sentiamo che la nostra energia ci sta trascinando verso il basso.

Importante è che ci ricordiamo sempre il simbolo della dolcezza al fine di risvegliare la nostra saggezza.

Meditazione

Alcune pratiche contemplative sono state concepite per enfatizzare i punti di forza e le qualità specifiche di chi la pratica.

Attraverso la meditazione saremo in grado portare in superficie questo potenziale quasi sempre soffocato dai dettami della società e dal pensiero negativo e impareremo a coltivare l’amore e la gentilezza nella maniera più sublime.

“ Tenerezza e gentilezza non sono sintomo di disperazione e debolezza, ma espressione di forza e di determinazione”. (K. Gibran)

La Gentilezza premia, anche sul web

Fabiola Loberto – 10 gennaio 2019

<https://blog.codencode.it/la-gentilezza-premia-anche-sul-web/>

Per le attività online essere gentili può diventare un potente elemento distintivo per instaurare relazioni solide con le persone. La gentilezza è una dote da allenare.

La gentilezza custodisce il segreto per instaurare relazioni solide, autentiche, di fiducia, che ci aiutano a conseguire i risultati desiderati in tutti gli ambiti della nostra esistenza privata e sociale. La gentilezza è un bene complesso e potentissimo, che appartiene a ciascuno di noi, ma che va riscoperto e praticato quotidianamente, perché porti i suoi frutti migliori.”

Franck Martin, Il potere della gentilezza

Per creare relazioni umane solide, sia personali che professionali, il pubblicitario, autore del testo citato, suggerisce 16 regole utili ad assumere un atteggiamento gentile e favorire fiducia nei consumatori.

Essere gentili non è scontato online. Le attitudini più affini al bisogno di affermarsi, come la sicurezza o la persuasione, spesso indeboliscono questa qualità che, invece, è una valida risorsa per porre fine alla lotta per la sopravvivenza che moltissimi venditori combattono sul web ogni giorno.

La gentilezza ci aiuta a essere unici.

Il concetto va al di là della buona educazione ed esula dalla persuasione.

La parola deriva da gentile che in latino gentilis vuol dire appartenente alla gens, alla stirpe: essere gentili con una persona è trattarla in modo familiare, dimostrarle riguardo, attenzione, considerazione. Questo, online, vuol dire tornare a privilegiare i rapporti umani, troppe volte alterati dalle dinamiche digitali, per riscoprire il valore dei legami autentici.

Gentilezza non è semplicemente educazione

La buona educazione è quella che ci spinge a ringraziare, a salutare sempre, a dare del lei quando opportuno. Fa parte dell’essere gentili, ma non basta: se vuoi che la gentilezza sia il tuo punto di forza, è necessario che questa qualità diventi fonte d’ispirazione per tutte le interazioni tra te e gli utenti.

Gentili si è o si diventa?

La gentilezza è una proprietà dell’animo. Secondo dimostrazioni scientifiche, pare che a essa sia collegato anche il nostro stato di benessere: compiere piccoli gesti di altruismo ci renderebbe più sereni.

Dimentica per un po’ il bisogno di monetizzare. È vero che la vendita è il tuo obiettivo finale, ma l’interazione con le persone non può tradursi solo in questo, altrimenti corri il rischio di abbandonare l’utente nel momento in cui diventa un acquirente. Ricordiamo che la sola soddisfazione non basta per ottenere la fedeltà, ma bisogna rendere i clienti felici, andando oltre la singola transazione.

Cristina Milani, presidentessa del World Kindness Movement, sostiene che “essere gentili è questione di allenamento” perché con l’esercizio si può migliorare il grado di empatia che ci lega agli altri.

Una proprietà innata, dunque, che però si può alimentare affinando tutte le attività online che

denotano disponibilità e cortesia:

capacità d'ascolto: sul web un'azienda spende generalmente molto tempo per produrre e proporre contenuti alle persone che accrescano la propria reputazione. Anche fermarsi ad ascoltare ciò che gli utenti hanno da dire merita il suo tempo;

una buona capacità d'ascolto è fondamentale per conoscere le persone e comprenderne le esigenze, per farle sentire considerate. Ricordiamo, tra l'altro, che l'ascolto è alla base di una

comunicazione efficace;

proporre soluzioni: rispondere alle richieste di informazioni ti rende gentile?

Probabilmente solo disponibile, ma la gentilezza è qualcosa in più.

Prova a cercare, tra le soluzioni fattibili, quella migliore per l'utente che, oltre a dargli una risposta, possa rendere la sua esperienza non solo soddisfacente ma sorprendente; essere tempestivi: replicare dopo uno o più giorni può rivelarsi, in molti casi, risolutivo, ma in termini di percezione è indice di poco interesse da parte del destinatario. Anche nei casi in cui non hai una soluzione pronta, dare un cenno alla persona aiuta a farla sentire considerata, fa capire che hai preso in carico il suo problema e te ne stai occupando;

restare in contatto: in una relazione solida si tende spesso a rivolgere meno attenzioni all'altro rispetto ai primi tempi. Accade nei rapporti privati e in quelli professionali. Al contrario chi ti ha dimostrato fiducia ha ancora bisogno di te: è bello sentirsi speciali anche dopo tanto tempo; mantenere gli impegni: rispettare la parola data dice molto di te, ti identifica, suggerisce subito onestà. Viceversa, non mantenere un impegno è molto destabilizzante per l'altra persona. Fai solo promesse che sei in grado di rispettare;

usare una comunicazione più coinvolgente: alle parole è affidata gran parte della responsabilità di comunicare online. Essere gentili non vuol dire usare termini carini, ma dimostrare con ciò che diciamo che siamo davvero interessati alla causa dell'altro. Un modo per farlo, ad esempio, è rispondere agli utenti con frasi che innescano un dialogo e non con freddi monosillabi.

Puoi revisionare personalmente, o con i tuoi collaboratori, ognuno di questi punti e trovarne degli altri su cui lavorare. L'obiettivo è comprendere come sono svolti e in cosa si può migliorare: devi fare in modo che l'altra persona diventi un membro della tua gens e non semplicemente un cliente.

È così che la gentilezza può essere il tuo punto di forza e, al contempo, anche un bellissimo atto di responsabilità. In un ambiente come il web, dove vige disattenzione, semplicità di insulto, menefreghismo, essere gentili ha un valore educativo inestimabile, ancora più forte quando a divulgarlo è un'azienda.

“Nessun atto di gentilezza, per piccolo che sia, è mai sprecato.” – Esopo

Gentilezza e ospitalità: la Thailandia lancia una campagna

Vincenzo Topputo – 2 novembre 2019

La Thailandia lancia una nuova campagna diretta ad incrementare gentilezza e ospitalità nei confronti dei turisti.

L'iniziativa dal nome Nam Jai (generosità e gentilezza) è rivolta sia agli operatori del settore turistico che ai cittadini. Ecoturismo: la Thailandia promuove questa forma di turismo thailandesi.

Lo scopo è quello di incoraggiare i thailandesi ad essere ospitali con i turisti, per favorire il rispetto dell'ambiente e dei beni culturali.

L'iniziativa è lodevole, infatti, il turismo è il motore economico della Thailandia e ormai in tutto il mondo si punta verso un turismo sostenibile e responsabile.

La Thailandia lancia la campagna della "gentilezza e ospitalità"

La Tat – Tourism Authority of Thailand – lavora per migliorare la sua strategia di turismo sostenibile chiedendo a tutte le parti coinvolte nel settore e al popolo thailandese di offrire "Nam Jai" (generosità e gentilezza) e ospitalità a tutti i visitatori del Paese. "Nam Jai" è una espressione dal significato profondo ed è al centro della nuova iniziativa turistica che Tat ha recentemente lanciato in collaborazione con sei partner strategici – Thai Car Rental Association, Pattaya Bus Co-Operative Limited, Radio JS 100, Radio, TrafficPro FM91, Università Chulalongkorn e Università di Bangkok.

L'iniziativa ha lo scopo di incoraggiare i thailandesi e tutti coloro che operano nel settore turistico ad essere ospitali con i visitatori in arrivo in Thailandia, per ispirarli anche a contribuire alla protezione dei beni naturali e culturali del paese.

"Nam Jai" è uno dei quattro pilastri della politica turistica messa in campo dal ministero del turismo e dello sport insieme a: migliori standard di sicurezza (Safe); potenziamento delle attrazioni (Clean); promozione di prezzi ragionevoli per prodotti e servizi (Fair); consapevolezza ambientale e turismo di comunità (Sustainability).

Il turismo è uno dei settori più importanti dell'economia thailandese e ha goduto di una solida crescita: gli arrivi di turisti internazionali in Thailandia nel 2019 dovrebbero superare i 41 milioni di persone.

La Gentilezza è il punto di forza nel mondo del lavoro

Rita Maria Stanca – 14 maggio 2021

<https://principemorici.it/la-gentilezza-e-il-punto-di-forza-nel-mondo-del-lavoro/>

La gentilezza è il punto di forza nel mondo del lavoro

La gentilezza, soprattutto se aiuta nel lavoro quotidiano, è un must per i lavoratori: crea spirito di squadra e supporta la produttività, soprattutto se promossa attivamente da una leadership gentile. È quanto emerge da un'indagine della piattaforma per la ricerca di lavoro online Infojobs, condotta su oltre duemila lavoratori per capire cosa sia la gentilezza al lavoro e se e come sia cambiata ai tempi del Covid-19.

Per il 64% degli intervistati nel mondo del lavoro c'è sempre spazio per la gentilezza anche se permane un 25,4% che crede dipenda da contesto, ruolo e settore lavorativo e un 10,2% che invece considera l'ambiente di lavoro troppo competitivo e quindi non adatto ad atteggiamenti gentili.

Ma che cos'è per gli italiani la gentilezza al lavoro?

Il 65% degli intervistati la considera un punto di forza, per il 20% circa è addirittura un elemento imprescindibile. Troviamo in netta minoranza chi ne evidenzia gli aspetti negativi identificando la gentilezza come illusione 6,2%, debolezza 1,5% o una tattica per trarne vantaggi 7,4%.

Ma se gli intervistati sembrano apprezzare un leader gentile, il loro capo reale sembra essere piuttosto diverso. Il 41% dichiara di avere un leader gentile, per il quale fare squadra e gentilezza sono elementi chiave per ottenere risultati, mentre per il 41,5% il proprio capo non considera la gentilezza un elemento importante e addirittura il 17,5% ha un superiore che premia un clima rigoroso, credendolo più funzionale.

Nonostante le difficoltà degli ultimi difficili mesi e la lontananza forzata, la gentilezza non ha perso la sua importanza rimanendo un valore chiave. La grande maggioranza dei rispondenti, il 63%, conferma di avere fatto negli ultimi sei mesi gesti gentili nella quotidianità in primis verso i colleghi (63,5%) e per il 7,4% anche nei confronti del capo. Alcuni però hanno subito maggiormente la pressione del contesto storico nel quale ci troviamo, dichiarando di non avere compiuto gesti gentili, per la perdita di empatia (26%) perlopiù dovuta alla riduzione delle occasioni di socialità e di incontro.

E in tempi di smart working assistiamo ad una trasformazione del metodo di lavoro, ma ascoltare un collega e supportarlo per la consegna di un lavoro rimangono azioni quotidiane anche a distanza per la maggior parte degli italiani, per il 50%, a conferma che per essere una squadra non bisogna necessariamente lavorare gomito a gomito, e anche i momenti conviviali possono essere rivissuti online per il 16,5%. Non per tutti però: il 16,3% avverte la mancanza della confidenza e immediatezza data dal contatto fisico, mentre il 17,1% dichiara di sentirsi più lontano anche mentalmente e imbarazzato dietro lo schermo.

“In un frangente complesso e con uno scenario ancora di grande incertezza, la gentilezza si afferma come valore imprescindibile per le persone, anche e soprattutto nel lavoro – afferma Filippo Saini, Head of Job di InfoJobs – Lo spirito di squadra, tanto premiato dai lavoratori, deve essere a nostro avviso letto come un importante messaggio per le aziende, che sono chiamate a favorire una maggiore inclusione della gentilezza e della leadership gentile nella cultura d'impresa.”

Secondo i lavoratori, come si pone l'azienda nei confronti della gentilezza?

Il 24% degli intervistati afferma di lavorare in un ambiente nel quale la gentilezza è promossa attivamente con attività di team building o iniziative volte alla socialità tra colleghi, per il 26,1% invece viene incentivata ma solo a parole, per il 32,6% la propria azienda non la considera importante e infine per il 17,3% viene demandata al singolo.

Gentilezza, la carta vincente: addio al marketing molesto

Giampaolo Colletti e Fabio Grattagliano – 10 giugno 2021

<https://www.ilsole24ore.com/art/bentilezza-carta-vincente-addio-marketing-molesto-AEJyiTP>

Una ricerca Almed-Università Cattolica sottolinea come l'esigenza sia molto sentita da millennial e generazione Z: il 62% chiede manager umani ed empatici.

«Abbiamo chiesto a più di mille newyorkesi di descriversi e solo l'1% di loro si è definito gentile. Ma noi conosciamo bene la verità. Tra gennaio 2020 e marzo 2021 ogni trenta secondi un americano ha fatto una donazione tramite la nostra piattaforma, arrivando a elargire quasi 150 milioni di dollari.

Vogliamo ringraziarvi per aver scelto di essere gentili quando gli altri ne avevano più bisogno. Grazie New York». Firmato GoFundMe, colosso statunitense del crowdfunding che ha scelto volti e voci dei donatori americani per realizzare la sua prima campagna online e out of home sulle principali metropoli americane.

Un progetto di people storytelling, il primo in assoluto per questo brand, che racconta storie di gentilezza e che merita grande attenzione: il giudizio lusinghiero arriva dalla bibbia del marketing AdWeek, che ha anche segnalato come per le marche la battaglia dell'attenzione si giocherà su relazioni di valore incentrate sulla gentilezza perché nel mondo nuovo e post-pandemico non c'è più posto per iniziative muscolari o autoreferenziali.

Le nuove campagne gentili

Una gentilezza contagiosa e virale: si moltiplicano così campagne di marketing incentrate sull'empatia come elemento cardine. Eppure non si tratta di un tema nuovo: addirittura dal 1998 nel mondo ogni 13 novembre si festeggia il World Kindness Day per sensibilizzare governi e cittadini su atti di educazione civica basati su un elemento strategico: essere gentili in ogni ambito del vivere quotidiano migliora la vita dei singoli e delle comunità.

È il ribaltamento, ma in fondo la prosecuzione, della teoria criminologica delle finestre rotte, incentrata sulla capacità del disordine urbano e del vandalismo di generare criminalità aggiuntiva e comportamenti anti-sociali a seguito di modelli sbagliati. Una tesi introdotta nel 1982 in un articolo di scienze sociali a firma di James Wilson e George Kelling.

La nuova ondata

«Il movimento mondiale legato al World Kindness Day prende le mosse da una piccola organizzazione sorta negli anni '60 e ispirata al discorso dell'allora preside dell'Università di Tokyo, che raccomandò ai suoi neolaureati di creare un'ondata di gentilezza che un giorno investirà tutta la società giapponese. La pandemia ha indubbiamente portato alla luce l'importanza di questo potente collante sociale e i brand, su cui ormai le persone fanno affidamento quale motore di cambiamento anche post emergenza, sembra abbiano rimesso in gioco questa saggia suggestione della cultura giapponese. D'altronde la gentilezza è una questione di empatia.

Come ha argomentato Goethe si tratta della catena d'oro con la quale la società viene tenuta insieme», afferma Patrizia Musso, docente di brand communication all'Università Cattolica di Milano e fondatrice di Brandforum, l'osservatorio culturale fondato dal 2001 e riferimento online per gli appassionati di pubblicità.

Non c'è più spazio per gli squali

In fondo è quanto ha scritto anche il guru del marketing Seth Godin nel suo ultimo libro “La pratica”, edito in Italia per Roi Edizioni, in cui evidenzia come le aziende moleste nei confronti di cittadini e consumatori siano arrivate al capolinea. «Avranno successo quelle realtà che non infastidiscono. Oggi non c’è più spazio per gli squali», ha precisato Godin.

In verità i brand non hanno ancora compreso quanto siano esigenti le nuove generazioni, che chiedono non solo sostenibilità ed etica, ma anche feedback costanti e capi gentili: lo afferma sempre Musso, riprendendo la nuova ricerca contenuta nel libro bianco delle professioni della comunicazione 2021 di Almed e Università Cattolica, su un campione rappresentativo di millennial e generazione Z.

Il ruolo dei capi

Il 62% degli intervistati richiede manager più umani ed empatici, a fronte del 28% che ricerca competenza, autorevolezza ed empatia. «I brand devono iniziare ad ascoltare davvero, sforzandosi di cambiare procedure e stili consolidati, nel marketing come nella comunicazione esterna e interna, se vogliono conquistare e trattenere i giovani, come clienti e dipendenti. Il reale motore di uno slow brand è lo slow boss: un capo che sa ascoltare, fare squadra, condividere successi e fallimenti, essere gentile. I brand che prima della pandemia avevano già nel loro dna questi tratti slow, compresa la gentilezza, sono quelli che hanno mantenuto la rotta in questo difficile anno».

La spinta gentile

Modelli a cui ispirarsi, con uno storytelling che diventa di divulgazione della cittadinanza attiva. Attualmente è on air la campagna del brand di casa Ferrero Tic Tac legata ai gesti gentili, mentre Levissima ha lanciato il progetto multiplatforma #EverydayClimbers, che invita i consumatori a trovare ogni giorno un modo per raggiungere piccoli e grandi obiettivi, offrendo storie esemplari a cui ispirarsi.

«Tutto questo si spiega anche col fenomeno crescente del nudging, ovvero quella spinta gentile verso comportamenti virtuosi di clienti e dipendenti.

Penso che la sfida maggiore sia mantenere questo approccio in una logica omnicanale, dal punto vendita fisico ai social, dalle chatbot alla intranet. La gentilezza è in grado di generare un vantaggio competitivo per i brand di qualsiasi comparto industriale», precisa Musso.

La nuova era relazionale

Siamo in una nuova era relazionale, con i consumatori connessi alle proprie marche attraverso una pluralità di canali e in una logica continua. Il valore della gentilezza è stato evidenziato su Forbes anche da Paul Jankowski, docente di storia alla Brandeis University: nel tempo che segna la ripartenza, dopo l'emergenza della pandemia, va ripensata la relazione con dipendenti, clienti, fornitori, cittadini. «In fondo stiamo chiedendo alle aziende di coniugare in modo efficace interessi economici e sociali. Il rischio che intravedo è per quelle realtà che cavalcheranno il tutto in modo non autentico, deludendo le aspettative dei consumatori», conclude Musso.

Così ancora una volta è l'autenticità che misura nel tempo l'efficacia delle narrazioni. Nel mondo connesso non c'è più posto per gli impostori.

La spinta gentile che aiuta le vendite

Alessandra Boiardi – 19 gennaio 2022

<https://www.edenred.it/blog/guida-buoni-acquisto-e-benzina/spinta-gentile-vendite>

Si riesce a orientare il comportamento delle persone e indirizzare le loro scelte senza maniere forti o insistenze? Sì, secondo la teoria della spinta gentile, o teoria dei nudge, nata in economia comportamentale e portata avanti poi anche in altri ambiti.

Tra questi, c'è anche il marketing, che usa la spinta gentile per esempio per aumentare le vendite e fidelizzare i clienti. Capiamo meglio di cosa si tratta.

Indice dei contenuti:

Cos'è la spinta gentile e a cosa serve

Nudge marketing: la spinta gentile che aumenta le vendite

La gentilezza nel marketing

La spinta gentile nelle campagne fedeltà e nel rewarding

Cos'è la spinta gentile e a cosa serve

Secondo la teoria dei nudge le persone prendono decisioni in base al contesto in cui si trovano. Per questo, detta al contrario, è possibile sfruttare la forza del nudge, che in italiano si traduce con spinta gentile, e letteralmente significa proprio “piccolo colpo”, per accompagnare un comportamento o una scelta.

Non si tratta di un'imposizione, ma piuttosto di un'indicazione che, se ben architettata, influenza le persone senza che se ne accorgano.

Per dirla con qualche esempio, sono nudge le frecce che all'aeroporto indicano la fila per il check-in o le simpatiche mosche dipinte negli orinatoi pubblici maschili dell'aeroporto di Amsterdam-Schiphol, messe lì per aiutare a “fare centro” senza dire una parola, a tutto vantaggio di igiene e pulizia. Sì, perché come possiamo capire da questi famosi esempi, il primo obiettivo del nudging è quello di orientare le persone verso comportamenti virtuosi e di interesse comune.

Non per nulla, questo metodo è lo stesso che si applica per cause nobili, come la donazione degli organi. In alcuni Paesi, secondo il principio del consenso-assenso, non serve esprimersi a favore per diventare donatori, ma semmai il contrario.

È così per esempio in Olanda, Belgio, Austria, Svezia, Portogallo, Francia e Spagna, dove le donazioni di organi sono di più che in altri Paesi. E anche in Italia, la possibilità di esprimere una scelta al momento del rinnovo della carta d'identità ha portato molti più donatori, persone che al momento di dire sì o no non se la sono sentita di rifiutare. Si sarebbero mossi a favore di spontanea volontà?

Probabilmente no, perché l'essere umano cerca di fare meno fatica possibile soprattutto se si tratta di prendere una decisione. E nel farlo, sono sempre in agguato i cosiddetti bias cognitivi, quegli errori di valutazione che entrano in gioco al momento della scelta.

Il nudging, o spinta gentile, sfrutta la propensione dell'individuo ai bias cognitivi nel prendere decisioni rapidamente. Questi errori cognitivi inconsapevoli possono essere usati per orientare le persone verso la scelta più conveniente per sé e per la comunità.

Vuoi offrire un reward ai tuoi dipendenti e vuoi sapere qual è la scelta più conveniente? Per te una consulenza gratuita con un nostro esperto.

A spiegare questo e altro furono nel 2008 l'economista Richard H. Thaler (che vinse il premio

Nobel nel 2017 per il suo contributo all'economia comportamentale) e Cass R. Sunstein, professore in Legge alla Harvard Law School nel best seller "Nudge – La spinta gentile".

E lo spiega bene anche Sille Krukow in uno speech per TedX Copenaghen.

L'esperta di behavioral design parla di come i meccanismi che portano gli individui a un cambiamento comportamentale positivo si basano su risposte cognitive involontarie e non su ragionamenti razionali.

Il TedX è di qualche anno fa, ma ancora attuale e ha raccolto più di 11mila visualizzazioni.

Si passa, dunque dalla teoria comportamentale al marketing che appunto utilizza allo stesso modo questi gap cognitivi automatici per indirizzare i consumatori in maniera delicata, senza strategie aggressive e comunicare con loro. Vediamo come.

Nudge marketing: la spinta gentile che aumenta le vendite Non dire, ma mostrare: si può riassumere così l'applicazione della spinta gentile nel marketing, soprattutto se si guarda quello che per alcuni è l'antesignano del nudge marketing, ossia la pubblicità che Alka Seltzer ideò negli anni '60. Con l'obiettivo di aumentare le vendite delle pastiglie effervescenti anti-acido e lo slogan "Plop Plop Fizz Fizz", la pubblicità mostrava un bicchiere con due pasticche al posto di una, suggerendo implicitamente che quella era la quantità da utilizzare. Va da sé che le vendite raddoppiarono perché le persone erano portate a consumare due pasticche alla volta.

Secondo l'agenzia di sondaggi statunitense Gallup, le aziende che applicano i principi dell'economia comportamentale superano le loro concorrenti dell'85% in termini di crescita delle vendite e di oltre il 25% in termini di margine lordo.

Esempi più attuali di nudge marketing sono anche le frecce verdi che nei supermercati portano al reparto frutta e verdura, più efficaci di quello che sarebbe un cartello che dice "Compra frutta e verdura".

Così come l'etichetta che nel digital marketing indica che "sono rimaste solo 3 stanze" mentre un utente sta valutando la prenotazione di una camera d'hotel. Come si intuisce, il significato dell'incoraggiamento in questo caso è un'esortazione benevola a non lasciarsi sfuggire la camera.

Il nudge marketing fa leva dunque su quella che viene chiamata l'architettura delle scelte per orientare il comportamento dei consumatori.

Se il modo in cui si presentano le cose può fare la differenza, il nudge marketing sfrutta i bias cognitivi, l'irrazionalità, la poca attenzione e anche la propensione a non fare fatica.

Esempi di nudge marketing

Ecco qualche esempio di applicazione di questo principio:

- offrire poche opzioni di scelta: se l'utente deve scegliere tra tante possibilità sarà più facile per lui andare in confusione e abbandonare;
- puntare sull'automatismo: il rinnovo automatico è la scelta che richiede meno sforzo;
- puntare sull'effetto gregge: le persone sono propense a compiere scelte già fatte da altri;
- puntare sulla scarsità: spingere sulla FOMO (fear of missing out) cioè la paura degli utenti di perdersi qualcosa.

Utilizzi pratici di questi esempi si vedono anche negli e-commerce. Per esempio, gioca sul principio della scarsità il countdown innescato per completare l'acquisto nel momento in cui si inserisce un prodotto nel carrello, così come le recensioni funzionano perché le persone sono influenzate dalle scelte altrui.

Gentilezza: l'ABC degli operatori turistici

Marino Masiero – 7 settembre 2022

<https://www.chioggianews24.it/gentilezza-labc-degli-operatori-turistici>

La capacità di accogliere è la forza principale di una località turistica. Fare accoglienza significa prima di ogni cosa essere gentili nel dare un servizio, o informazioni utili, o altro che possa far sentire a proprio agio un ospite.

Essere gentili non è una "mission" bensì l'abc di chi fa food o un'altra attività commerciale, ricettiva, balneare o esperienziale. Essere cortesi non comporta alcun costo.

Il gradimento del pubblico di un bacino turistico è il risultato del lavoro di tutti e si misura con una lunga serie di parametri. Tra questi, in tempi dove i social governano l'economia turistica in maniera affatto trascurabile ogni comportamento sbagliato – leggasi maleducazione, scortesia, mancanza di attenzione – si può trasformare in un boomerang che colpisce l'intera comunità imprenditoriale turistica e di conseguenza l'immagine della località.

Il cliente non ha sempre ragione ma se fa una critica fatta bene, a mio parere quello è il principale stimolo a fare meglio. Vale a dire che chi giudica il nostro operato va rispettato sempre, che sia il più esperto viaggiatore o turista per caso. La critica spesso si fa in base al feeling che si instaura tra chi dà il servizio e chi lo riceve prima che in funzione degli altri fattori: strutture, attrezzature, prezzo, bontà del food, tempistiche ed altro.

La cortesia e la gentilezza superano così molti gap di tipo sostanziale. Per chi come me assieme a tanti altri operatori fa accoglienza turistica con spirito di squadra, è quantomeno ingiustificabile che un collega accolga a male parole un cliente. A fronte della quasi totalità di professionisti che lavorano benissimo c'è qualche operatore che non ha il senso del danno che crea la sua mancanza di gentilezza, educazione, accoglienza. Dato che siamo una grande orchestra dove alcuni più di altri dedicano il loro tempo e il loro denaro per far crescere l'intero bacino turistico sarebbe il caso che chi suona male o, peggio, non sa suonare, si impegnasse ad essere gentile/educato/accogliente con tutti, a prescindere che l'ospite sia l'ultimo degli ultimi o il Presidente della Repubblica.

La figuraccia principale, sia chiaro, è la sua, ma il feedback negativo di un turista che viene trattato maleducatamente e senza alcuna professionalità danneggia l'intera filiera e anche l'immagine della località. Cosa alla quale chi scrive, tiene tanto quanto alla propria attività.

Da soli non si va da nessuna parte e di fronte a comportamenti assolutamente intollerabili non prendere posizione equivale ad incentivare chi danneggia il lavoro di tutti. Poi lagniamoci che gli ospiti cambiano destinazione turistica.

Nei ristoranti conta più la Gentilezza che il lusso sfrenato

Alessandra Meldolesi – 25 novembre 2022

<https://reportergourmet.com/it/news/376-will-guidara-nei-ristoranti-conta-piu-la-gentilezza-che-il-lusso-sfrenato>

Dalla scelta dei regali per i propri cari al servizio di un tre stelle, fino al prodotto interno lordo della prima potenza mondiale, la vita è tutta un'“ospitalità irragionevole” secondo Will Guidara.

L'intervista

Che posto occuperà il lusso nella ristorazione del futuro? Apparentemente la bolla è d'acciaio: nessun segno che sia prossima a scoppiare, anzi galleggia placida sulle turbolenze mondiali. Se c'è qualcuno che capisce la ristorazione contemporanea, tuttavia, è Will Guidara, già alla testa di Eleven Madison Park (di cui vi abbiamo raccontato qui il nuovo menu vegano) e altri esercizi high end degli Stati Uniti, il quale ha sovvertito la sua scala di valori, come testimonia il libro *Unreasonable Hospitality*.

Fare un regalo, suggerisce, è un buon test per capire quanto conti veramente il lusso per la soddisfazione delle persone. L'imprenditore, per esempio, era convinto di avere fatto centro comprando alla moglie per il primo anniversario una collana Cartier, che poi le aveva visto indossare un'unica volta. Cosicché osservandola delusa per la fine di un gioco sul New York Times, ne aveva commissionato all'autore un altro in esclusiva e lo aveva stampato in un libro, incassando per il regalo un gradimento ben maggiore.

“Non avrebbe avuto senso regalare questo libro a un altro essere umano sul pianeta”, si stupisce. “Si è sentita osservata, amata, conosciuta”. Da qui la sua conclusione perentoria e ad ampio raggio: il peso del denaro è incomparabile rispetto a quello del tempo per le persone, il primo può tornare, il secondo no. “Quando qualcuno ci regala del tempo o dell'energia, la sensazione che ci trasmette è travolgente”. Anche se può non costare un centesimo, donare tempo, attenzione, ascolto rappresenta il più grande gesto d'amore ed è proprio di questo che si occupa l'ospitalità, in un paese dove i servizi rappresentano i tre quarti del prodotto interno lordo.

La riflessione si applica in pieno alla ristorazione, pane per i denti di Guidara durante il lungo e fortunato sodalizio con Daniel Humm, complice nella scalata ai 50 Best e socio di numerose aperture in giro per gli States. Il succo del discorso è la capacità di ascoltare, in modo da poter sorprendere e dilettere gli altri con una sorpresa. “Considerando i servizi, che siano finanziari, informatici, sanitari, assicurativi, commerciali, chiunque se ne occupi, si guadagna da vivere come me. Siamo tutti nel grande business del servizio alle persone”. E proprio questo sarebbe stato il segreto di Eleven Madison Park, eletto primo ristorante al mondo: non una cucina senza paragoni o un servizio senza sbavature, ma la capacità di fare cose in più e oltre per gli ospiti.

Gli aneddoti non mancano, dalle slitte acquistate per una famiglia spagnola preoccupata per la neve, da usare a Central Park, alla saletta trasformata in spiaggia per una coppia, che aveva bucato la sua vacanza esotica. Il covid rappresenta in questo senso l'occasione per riflettere ancora più approfonditamente sulle dimensioni di cura, in modo da affrontare i propri traumi e le proprie debolezze attraverso l'aiuto del prossimo, alle prese con le medesime emergenze. “Il clima attuale non è un motivo per cui non dovrebbe funzionare, è piuttosto la ragione per cui dovremmo affidarci”.

A scuola di Gentilezza. Anche (e soprattutto) al ristorante

Surgital – 3 dicembre 2022

<https://www.surgital.it/fermento/interviste/a-scuola-di-gentilezza-anche-e-soprattutto-al-ristorante/>

Oggi intervistiamo Claudio Achilli, Business Coach e appassionato docente che progetta interventi formativi contaminandoli con momenti ad alto impatto emotivo.

1_Lavoro di squadra in cucina: dalla sua esperienza, quali sono i pilastri di un team di successo?

Ci sono quattro livelli a mio avviso attraverso i quali si può costruire un team di successo. L'empatia innanzitutto. In cucina tra chef e staff deve scattare una reciproca predisposizione all'ascolto, alla costruzione positiva delle relazioni, alla predisposizione a comunicare.

Poi c'è il Flowcking, il livello che ha a che fare con il risultato. Parlo del risultato atteso dalle persone che costituiscono lo staff e dello specifico compito che queste sono chiamate a fare ogni giorno. Ad ogni persona deve essere assegnato un ruolo ben definito, non funziona assegnare incarichi tutti uguali, tutti che sanno fare tutto. Per il ruolo che viene a ciascuno assegnato, ecco che ognuno può raggiungere i migliori risultati, avendo l'occasione di mostrare competenza, passione e motivazione.

Cosa dire poi della Resilienza, il livello che associa alla responsabilità. Indipendentemente dal ruolo di ogni membro che compone la brigata di cucina, o di sala, l'obiettivo di un team di successo è quello dove ognuno si assume la responsabilità di contribuire con idee e creatività al raggiungimento del miglior risultato, facendosi carico anche della risoluzione dei problemi, piccoli o grandi che siano.

Infine, non meno importante, durante i miei corsi cito sempre la Stigmergia, che ha a che fare con il senso di appartenenza. Ci tengo molto a questo aspetto, dove al centro c'è "il segno" che sta allo chef indicare, come al titolare, al leader insomma. Non parlo solo di appartenenza ad una divisa, ad un logo; se dovessi fare un esempio citerei Elio Sironi, chef di Ceresio 7 a Milano, tra i più conosciuti al mondo, che ogni mattina riunisce la sua brigata all'ora del primo caffè, per discutere di quello che è successo il giorno prima o di quello che sarà il programma della giornata. Ecco, questa semplice cosa rende forte il messaggio di senso di appartenenza: una brigata con un leader che si mette allo stesso livello, per comunicare forza e passione, per infondere sicurezza e senso di appartenenza e di gruppo.

2_Da cosa dipende la leadership?

I fattori sono molteplici. È leader innanzitutto chi sa comunicare, non solo parlare, sono due cose molto diverse. È colui che si interroga, che fa molte domande, che si fida e si affida. Che delega e che con questo trasferisce competenze, nella piena fiducia e consapevolezza che le persone cui delega responsabilità sono le stesse che forse apriranno un proprio ristorante, che magari diventeranno un giorno suoi concorrenti. Leader è colui che non invidia infatti, anzi; è colui che dice "noi" e non "io". Leader in cucina è colui che trascina, con passione e che conduce il ritmo della brigata, nella fatica e nella soddisfazione, che coinvolge, travolge e premia.

3_Professionisti in cucina: com'è la situazione attuale? Cosa sta cambiando?

Il Food&Beverage, in Italia come in Europa, è uno dei settori trainanti, in crescita costante. Il post-pandemia ha confermato quanto le persone cerchino soprattutto convivialità, bellezza di ritrovarsi davanti ad un buon bicchiere di vino, di uscire di casa per tornare a rivivere. Stanno nascendo piccole e grandi realtà nel mondo della ristorazione, dai nuovi ristoranti guidati da chef stellati ai semplici bistrò, ma su tutti direi che la mia esperienza mi porta a rilevare che non c'è più spazio per l'improvvisazione. Sopravvive la location dove si percepisce ricerca, innovazione, profondità di offerta, dove il cliente è perfettamente in grado di riconoscere la qualità del servizio prima di tutto e delle materie prime. E proprio la vocazione alla sostenibilità oggi può diventare la vera chiave di volta di successo di un nuovo locale e con essa l'innovazione, la ricerca, la propensione alla sperimentazione. Certamente si tratta di nuove sensibilità verso il cliente che vanno comunicate bene, raccontate bene ed è proprio compito del professionista attento farsi carico di sviluppare e far crescere la buona relazione, quella memorabile, che lascia un segno profondo.

Un cameriere riempie un calice di vino al ristorante Claudio Achilli, Business Coach

4_L'italia, terra di cibo e condivisione, cosa vuole il cliente di oggi?

Riprendo gli stessi concetti espressi da poco, il cliente del post-pandemia è molto più attento alla qualità a tutto tondo, dall'offerta gastronomica certamente, ma soprattutto c'è bisogno di quelle che io chiamo "riparazioni emotive", di guardarsi negli occhi, di sorridere, questo è ciò che vuole sperimentare un cliente quando entra in un ristorante. Un aspetto che piace a tutti per esempio è quello di scambiare due parole con lo chef o di ascoltare il consiglio semplice e appassionato di un cameriere che ti racconta quel vino, quel piatto particolare. Ecco, torno un attimo al concetto di leadership: qui è proprio il leader che deve dare l'imprinting alla propria brigata, attraverso iniezioni quotidiane di passione e di fiducia per il proprio lavoro. Solo così lo staff sarà in grado di trasferire amore anche al cliente.

Più volte propongo nei miei master il modulo "A scuola di gentilezza".

Abbiamo un bisogno viscerale di gentilezza, tanto più dopo una crisi epocale come quella che abbiamo vissuto.

5_Dalla sua esperienza: quali sono gli esempi più sorprendenti di leadership?

Tra i più recenti non posso non citare l'empatia unica di Elio Sironi.

Quando capita di incontrarlo al lavoro, si percepisce quanto autorevole (non autoritario!) sia il suo modo di rapportarsi con il suo staff: ho ritrovato in lui le mille caratteristiche di un vero leader: ascolto, condivisione, capacità di coinvolgimento, rispetto, sacrificio, resilienza, spirito visionario e passione senza limiti.

6_Come si evolve la formazione scolastica oggi?

In Italia penso ci sia ancora molta strada da fare, il compito di noi formatori è quello di perseverare nel cercare di far conoscere tutto ciò che va al di là della pura didattica. Nei miei master quasi mai incontro giovani che provengono da scuole superiori professionali, il più delle volte si iscrivono professionisti di altri insospettabili settori, come avvocati o ingegneri, ma appassionati di cucina, sta aumentando l'offerta di ruoli manageriali, soprattutto a livello di hotellerie. Anche questo è un aspetto molto importante all'interno di un'organizzazione che si rivolge al pubblico.

Penso inoltre sia fondamentale e istruttiva l'esperienza diretta degli studenti, in occasione di stage o nel caso dell'alternanza scuola-lavoro. Un modo serio e concreto per capire se quella scintilla che li porta verso una cucina possa davvero col tempo trasformarsi in passione e, perché no, possa diventare la professione per la vita.

7_Claudio Achilli che visita un nuovo ristorante, cosa lo colpisce di più?
(in positivo e in negativo).

Parto dal welcome: il senso vero dell'accoglienza. Il fatto che il cliente non venga accolto empaticamente e che nessuno ti accompagni al tavolo è una brutta partenza per me. Non è vero che siano solo le location stellate a doverlo fare. In positivo? Mi colpisce l'empatia, un cameriere che ti guarda negli occhi, che ti orienta nella scelta migliore, che ti comunica con passione la storia del piatto e del locale e che ti ringrazi alla fine. Sono tutti aspetti fondamentali per fidelizzare il cliente e per garantirsi un passa parola positivo.

About

Claudio Achilli

Toscano di origine, milanese non per diletto, si specializza in psicologia del lavoro alla Cattolica di Milano dopo la laurea in Legge conseguita a Firenze con Roberto Zaccaria emerito costituzionalista ed ex Presidente Rai.

Matura una consolidata esperienza ultradecennale nelle Risorse Umane come HR Manager in contesti nazionali e multinazionali (Saint-Gobain, Olpidurr, Banco Ambrosiano Veneto, Panasonic Italia), visitando diversi ambiti professionali.

Da molti anni docente e moderatore alla 24ORE Business School, dal '95 è Executive Consultant, Business Coach, Docente e Moderatore per significative realtà industriali e di servizi.

Appassionato di teatro e di musica, progetta interventi formativi contaminandoli con momenti ad alto impatto emotivo e metaforicamente aziendali.

"Gli attraversa-menti teatrali permettono di apprendere, evolversi, crescere con leggerezza" – riferisce a chi lo intervista.

Retail technology show: come costruire un'azienda migliore

OneStock - 24 aprile 2023

<https://www.onestock-retail.com/blog/retail-technology-show-2023-giorno-due-insegnamenti/>

“La tecnologia ha senza dubbio il potenziale per essere straordinariamente distruttiva o straordinariamente creativa”, afferma Mary Portas.

Parlando al Retail Technology Show 2023, la ‘Regina dei negozi’ ha elogiato l’innovazione dell’industria durante la pandemia da COVID-19, innovazione che ha trasformato il business in meglio attraverso la connessione, la collaborazione e la comunità. “Ci troviamo nel periodo più innovativo e creativo che io abbia mai visto nei miei anni nel retail”.

Nel secondo giorno della conferenza di Londra, rivenditori ed esperti di tecnologia si sono riuniti per discutere di come usano la tecnologia per promuovere le iniziative di sostenibilità, le catene di approvvigionamento e la crescita omnicanale. Ecco cosa abbiamo imparato:

Perché l’economia della gentilezza è il futuro del retail Mary Portas ha iniziato la sua carriera nel settore credendo che un grande retail fosse determinato dalle vendite, dal profitto e dalla crescita, e ha contribuito a far crescere alcuni dei nomi più importanti del settore. Ma nel farlo, dice, “non ci siamo resi conto che stavamo traendo ricavo dal mondo e... causando grande ansia a così tante persone”.

Oggi vuole ancora vedere i rivenditori crescere, ma deve essere fatto con coscienza. Lei la chiama l’Economia della gentilezza, che mette le persone e il pianeta prima del profitto. Molte aziende di successo sono state costruite in questo modo: Portas cita Patagonia, Lush e Aesop, etiche fin dalla fondazione.

Ma qualsiasi brand può diventare un’azienda migliore. Serve attenzione quando si pianificano campagne di marketing, per considerare se si stanno solleticando ansie nelle persone o se si sta incoraggiando il sovraconsumo.

Portas afferma che ogni retailer dovrebbe chiedersi perché partecipa al Black Friday: “è solo un mezzo per vendere più cose senza alcuna generosità al centro”.

La domanda di cambiamento esiste: oltre l’80% delle persone desidera fare acquisti con marchi che condividano i loro valori, ma i rivenditori sono troppo lenti ad adattarsi. Ecco perché Mary Portas ha fondato il Better Business Act, una campagna guidata dalle imprese per cambiare la legge e garantire che ogni azienda nel Regno Unito, grande o piccola, si assuma la responsabilità del proprio impatto sociale e ambientale.

“È un cambiamento culturale”, dice Portas. “Ci troviamo in un nuovo territorio e non c’è una mappa da seguire, c’è solo una bussola; e l’unica bussola che dovresti usare è una bussola morale”.

Navigare le interazioni tra persone, pianeta e profitto Paul Martin, Global Retail Lead presso la società di consulenza KPMG, concorda sul fatto che i rivenditori debbano mettere al centro delle loro agende le persone, il pianeta e il profitto.

La carenza attuale di talenti è una delle sfide più grandi che i retailer affrontano a livello globale. Mentre i salari necessari per attrarre e trattenere i dipendenti salgono, la scelta naturale per evitare la perdita di margine è stata quella di ridurre il personale e gli investimenti in strumenti e formazione. Tuttavia, i costi a lungo termine di questa scelta vengono spesso sottostimati.

Simon Pakenham-Walsh, CTO di Sweaty Betty, ha descritto come un sistema POS obsoleto abbia fatto sì che i clienti del brand dovessero fare lunghe code senza assistenza disponibile sul piano del negozio. Esperienze negative come questa hanno un impatto diretto sulle

vendite. L'installazione di un nuovo POS mobile ha consentito agli associati di dedicare più tempo a parlare con i clienti e a guidarli correttamente nel processo di acquisto.

Il ruolo degli addetti alla vendita viene spesso sottovalutato: hanno il potenziale per influenzare le scelte di acquisto dei consumatori, raccogliere informazioni preziose sui clienti e diventare una parte fidata della comunità locale. Tuttavia, per essere efficaci in questi ruoli, devono essere pagati equamente, ricevere formazione e dotazioni tecnologiche. L'automazione, lungi dal sostituirli, può liberarli dai compiti ripetitivi per servire meglio i clienti e svolgere nuovi ruoli, sia sul piano del negozio che nella catena di approvvigionamento.

Per soddisfare la domanda dei consumatori in termini di sostenibilità, sempre più retailer stanno introducendo iniziative di rivendita, soprattutto nel settore del fashion, dove ci si aspetta che il mercato dell'usato cresca tre volte più velocemente del mercato globale della moda. Nel settore del commercio di mobili, l'iniziativa Riporta e Rivendi di IKEA offre crediti in negozio per i beni usati rivenduti sul posto.

Håkan Nordkvist, ex Head of Sustainability & Innovation presso IKEA, ha osservato che la gestione dell'ispezione e del rinnovo dei prodotti restituiti ha beneficiato della conoscenza interna del prodotto, della visibilità delle condizioni del prodotto e dell'opportunità di trasformare questa capacità in un nuovo servizio per i clienti e una fonte di ricavi aggiuntiva. Sebbene i costi della logistica inversa debbano essere presi in considerazione, l'attenzione dovrebbe essere focalizzata sulla durata e sulla redditività a lungo termine di ciascun prodotto.

Costruire una supply chain più resiliente

Paul Martin ha anche delineato alcuni temi chiave su cui KPMG ritiene che i professionisti della supply chain dovrebbero concentrarsi attualmente.

A seguito di una serie di eventi geopolitici senza precedenti che hanno cambiato in modo fondamentale il flusso delle merci, i rivenditori devono migliorare la loro agilità. Amy McNamara, Head of Operations presso il Gruppo Boohoo, ha evidenziato anche la necessità di introdurre flessibilità nelle catene di approvvigionamento per ridurre al minimo le interruzioni.

Attualmente il Gruppo ha 20 diversi partner di trasporto, che offrono opzioni per adattarsi quando la capienza influisce sui tempi di consegna.

Kevin Davis, ex Head of Logistics presso Marks & Spencer, aggiunge che i rivenditori dovrebbero avere una rete integrata di vettori che non sia un modello unico per tutte le aree geografiche.

Poiché ogni parte della supply chain si confronta con margini in diminuzione, i rivenditori devono anche abbracciare la collaborazione.

Catturando dati lungo tutta la catena di approvvigionamento e condividendoli con i partner commerciali, i retailer saranno in grado di rispondere prontamente alle richieste dei clienti e di fornire i prodotti giusti a ciascun punto di distribuzione. La chiave di tutto ciò sarà la visibilità della supply chain e la sua orchestrazione intelligente, supportata dalle capacità di business intelligence.

Infine, Paul Martin ritiene che la catena di approvvigionamento abbia un "ruolo fondamentale nell'agenda della sostenibilità nel futuro". Le informazioni dei clienti possono contribuire a ridurre il numero di beni prodotti e non venduti, mentre l'ottimizzazione delle scorte e dell'allocazione degli ordini può ridurre i chilometri percorsi dai trasporti e l'imballaggio.

Il Gruppo Boohoo si è integrato con il vettore a zero emissioni HIVED per ridurre l'impatto ambientale delle proprie consegne, mentre Laura Rosenberger, co-fondatrice di Laylo, si è associata a rivenditori più grandi per riempire gli spazi sui loro rimorchi, non solo

condividendo le economie di scala, ma riducendo anche il numero di veicoli sulla strada.

Creare una customer experience che si concentri sulla comodità

I negozi continueranno a svolgere un ruolo centrale nella catena di approvvigionamento per i rivenditori omnicanale, poiché i consumatori richiedono sempre più una consegna rapida e conveniente.

La comodità offerta dalla rete di negozi del rivenditore di articoli per l'edilizia Screwfix è di enorme importanza per i loro clienti, poiché l'80% delle vendite proviene dal settore professionale dove il tempo è davvero denaro. Screwfix ha aperto un nuovo punto vendita ogni settimana negli ultimi 10 anni. Ora oltre il 95% della popolazione del Regno Unito vive entro 20 minuti da un negozio Screwfix.

Grazie alla disponibilità quasi in tempo reale degli stock, gli artigiani possono verificare se gli articoli di cui hanno bisogno siano disponibili nel negozio più vicino e ritirarli in un minuto dall'ordine. Se non possono lasciare il cantiere, Screwfix Sprint offre la consegna a domicilio dal negozio in 60 minuti per 7.000 articoli. La consegna più rapida effettuata finora è stata di soli sette minuti.

Attraverso le proprie offerte di consegna, Screwfix si impegna veramente ad aiutare i clienti a completare i lavori in modo rapido, conveniente e corretto fin dalla prima volta. Sue Harries, Digital Propositions & Data Director presso Screwfix, afferma che queste innovazioni si inseriscono nella DNA del brand e sono guidate dalla comprensione dei desideri e delle esigenze dei loro clienti: Screwfix ha un panel di 20.000 clienti con cui si mette regolarmente in contatto per raccogliere feedback.

“Cosa vogliono i clienti?” si è chiesta Kate Hardcastle, ‘la donna che sussurrava ai clienti’, nella prima sessione della giornata. Avere una forte consapevolezza del cliente e dello scopo guiderà i rivenditori nel determinare le strategie e le tecnologie che miglioreranno la redditività e attireranno le persone. “Si tratta di trovare la propria voce, farla contare, costruire una relazione duratura”.

“Tutti conosciamo l'equazione base del retail”, dice Kate. “Acquisire un cliente costa molto di più che mantenerlo. Manteniamoli!”

Il turismo del futuro? E' gentile, e si chiama Kind Tourism

Lonely Planet – 1 agosto 2023

<https://www.lonelyplanetitalia.it/articoli/costume-e-societa/il-turismo-del-futuro-e-gentile-e-si-chiama-kind-tourism>

Se non vi piace il turismo “cafone”, se siete stanchi degli episodi di inciviltà e maleducazione sulle spiagge o nelle città e se pensate che fare turismo possa essere anche altro, allora c'è qualcosa che fa al caso vostro: tra le tendenze del 2023, infatti, sta avanzando quello che è stato definito “kind tourism”, cioè turismo gentile. Un nuovo approccio al viaggio e alla vacanza, che promuove l'attenzione all'ambiente ma anche la gentilezza tra persone.

Kind tourism: da dove arriva?

In poche parole, il kind tourism è quel tipo di turismo che fa della gentilezza il proprio baluardo, veicolandola in progetti sociali e culturali ad alto impatto (positivo) sui territori che vi aderiscono, e parte dalla consapevolezza che valori quali la gentilezza, l'attenzione, la cura, il benessere psicofisico e la reciprocità facciano bene non solo a se stessi, ma anche all'ambiente, alla società e alle relazioni e possano rappresentare un motore di cambiamento anche quando intercettano fenomeni importanti ma potenzialmente problematici come il turismo.

L'idea di un turismo gentile ha iniziato a diffondersi grazie all'International Kindness Movement, rete mondiale nata nel 2020 nell'immediato post lockdown per diffondere la gentilezza e i valori ad essa collegati nel tessuto sociale ed economico, attraverso sei pilastri principali: relazioni felici, alimentazione, meditazione, movimento fisico, arte, musica e natura. Il kind tourism diventa così a tutti gli effetti una nuova forma di turismo consapevole, un approccio che porta il turista a lasciare il luogo che visita migliore di come lo abbia trovato: gentilezza come filosofia vacanziera, per provare a cambiare il mondo (in meglio) anche quando si viaggia.

I luoghi del kind tourism in Italia e nel mondo

In Italia, la filosofia del kind tourism sta trovando sempre più adepti: da nord a sud, infatti, sono oltre 300.000 le persone coinvolte nel movimento e 50 comuni. A livello internazionale, invece, i progetti attivi su questo tema sono oltre 60.

Un esempio? Prendiamo Nika Island, nelle Maldive. È diventata la prima Isola Gentile al mondo aderendo al movimento internazionale e applicando un approccio al turismo positivo e migliorativo, dalla valorizzazione della storia locale e della popolazione alla raccolta della plastica e all'uso consapevole dell'acqua.

In Italia, invece, la prima “spiaggia gentile” la troviamo a Fregene, a pochi passi dalla capitale: è la spiaggia di Singita, che ha fatto della gentilezza, della relazione sana tra le persone e dell'attenzione all'ambiente la sua bandiera.

Pillole di gentilezza dal Bosforo: la chiave per abbattere le frontiere è il sorriso

Viaggi e Miraggi – 26 settembre 2023

<https://www.viaggiemiraggi.org/pillole-di-gentilezza-dal-bosforo-la-chiave-per-abbattere-le-frontiere-e-il-sorriso/>

Il racconto di Chiara, appena rientrata dal viaggio sulle orme dell'Orient Express, da Budapest ad Istanbul in treno (e non solo) è speciale: parla di incontri, sorrisi e gentilezza orientale.

LA MOSCHEA DI FATIH

Dopo tre succulente cene, due curde e una siriana, arriviamo alla maestosa moschea di Fatih il Conquistatore, ovvero Maometto II, un giovane che a 21 anni, subito dopo la conquista di Costantinopoli, ebbe la lungimiranza di non distruggere tutto ma di fare suo quello che trovò, andando a pregare a Santa Sofia, trasformandola in Moschea e sedendosi sul trono dell'imperatore romano.

Arriviamo in ora di preghiera ma il guardiano ci lascia entrare, io resto fuori perché non vorrei disturbare i fedeli con un colpo della mia tosse da scaricatrice di porto.

Il tempo passa e la preghiera sta per terminare, il guardiano della Moschea mi vede lì all'entrata che attendo e mi fa con segno deciso di entrare.

Entro timorosa e meravigliata, raggiungo una parte del gruppo, mi accorgo di essere nella parte degli uomini e la guida mi invita a fare un salto a vedere l'area delle donne.

È in un piano rialzato che si raggiunge con una scaletta a chiocciola molto stretta. Sgattaiolo su con la curiosità trepidante di una bimba il primo giorno di prima elementare e trovo un brulicare di donne giovanissime velate in nero, anche mani e piedi sono nascosti. Tante hanno scoperto solo il rettangolo degli occhi. Si muovono in maniera rapida ed elegantissima, come scoiattoli. Sono gentili ed accoglienti, mi fanno spazio per sedermi. Alzo la testa e mi stupisce quanto la Moschea sia ancora più bella e maestosa, vista da questa altezza. Incrocio lo sguardo di una ragazza di cui si vedono solo gli occhi e le sussurro che è un posto meraviglioso, mi risponde con un gran sorriso degli occhi, accogliente e abbracciante, che mi fa sentire a casa.

Penso ai discorsi che quotidianamente si sentono su Islam, velo, la libertà delle donne arabe, alla superficialità con cui si giudica, alle barriere intangibili create dall'uomo tra popoli e religioni.

E penso a quanto uno scambio di sorrisi tra due donne basti ad allontanare secoli di barriere, come foglie spazzate via dal vento.

Scendo le scale rapidamente per raggiungere il gruppo, gioiosa e grata per questo incontro fugace e denso.

IL VENDITORE DI FRUTTA SECCA DI EDIRNE

Stiamo camminando rapidamente a Edirne. Un negozio di frutta secca particolarmente bello cattura la mia attenzione e mi fermo un attimo a scattargli una foto. Il negoziante mi vede e mi si avvicina pronto con la paletta chiedendomi che frutta voglio. Gli spiego che il gruppo sta andando e devo raggiungerli, purtroppo non ho tempo né lire turche. Mi fa un bellissimo sorriso a tre denti, riempie una paletta di anacardi e me la vuota in mano, in regalo. Ringrazio con l'aria impacciata dell'occidentale che non sa più ricevere nulla gratuitamente.

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA E SOCIAL NETWORK

Sii gentile sui social, non rinunciare alla tua opinione, alla libertà di esprimere se stessi ma tieni a mente, sempre, che dall'altra parte ci sono persone che leggono, delle quali, spesso, non conosciamo nulla o non sappiamo se stanno attraversando un momento di fragilità e smarrimento.

In questo nostro tempo, dove tutto è sbilanciato a favore di telecamera e di media, è necessario non perdere quella capacità di essere e non di apparire.

Di spogliare i panni di una violenza verbale che unisce il branco e uccide nell'animo chi legge, colpendolo.

Insulti e attacchi sembrano la strada più facile ma è quella più pericolosa, creare piazze non virtuose che linciano è produrre una società deviata dove tutto è incline alla prevaricazione.

Esiste la gentilezza digitale, esiste la bellezza di parole pensate e posate sui social con delicatezza, incidendo ugualmente sul pensiero personale e collettivo.

Non chi urla più forte ma chi gentile si regala ai social.

Sconvolghiamo gli algoritmi, che premiano la rissa e la rabbia e se proprio voglio imporre qualcosa facciamolo con la gentilezza.

E' questa la vera abilità sociale.

Marketing, Gentilezza e un nuovo modo di fare business

Matteo Pozzuoli – Marketing Director, SAP Italia – Coach – Counsellor – 21 ottobre 2020

<https://www.linkedin.com/pulse/marketing-Gentilezza-e-un-nuovo-modo-di-fare-business-matteo-pozzuoli/?originalSubdomain=it>

Definita “un manifesto per i nostri tempi”, l’ultima enciclica di Papa Francesco contiene una ricca e profonda riflessione sulla “gentilezza”, qualità citatissima ma non per questo molto praticata.

Eppure per chi, come noi, respira ogni giorno marketing e tecnologia, fare largo a un concetto di gentilezza come strategia utile a instaurare un dialogo costruttivo con i clienti potrebbe (e dovrebbe essere) un valore aggiunto.

Intendiamoci: quando uso questo termine, non mi riferisco solo all’espressione di maniera, quella che i dizionari traducono con “cortesia” e “amabilità”.

Per me la gentilezza applicata al business rappresenta quella strategia capace di mettere coloro che la perseguono nella condizione di spingersi oltre, di mettersi in contatto con i clienti in una forma di rispetto che esula dall’esito positivo o meno di una vendita.

Allora, per un momento, mettiamo da parte il mero linguaggio del business fatto da key performance indicator, target e achievement. Esercitemoci, invece, in un nuovo sentimento applicato al business – la gentilezza, per l’appunto – perfetto per penetrare l’ormai spessa corazza indossata da consumatori sempre più distaccati, sempre più in preda a un’urgenza distratta.

Casse self service nei punti vendita, pompe di benzina automatizzate, pratiche di online banking sempre più diffuse, un crescendo di acquisti online letteralmente esplosi sulla scia della necessità di sentirsi sicuri, hanno mostrato tutto il buono di tecnologie avanzate alle quali, però, se ci pensate bene, manca un’anima. Manca la gentilezza.

Intesa come qualità che parte dal riconoscimento di se stessi e degli altri come valore, la gentilezza presuppone, infatti, anche la capacità di prendersi tempo per l’altro, va oltre la fretta delle cose da fare ed educa chi la pratica a mettere le persone al centro. Una bella sfida per chi, come noi, attraverso la connessione a internet corre rimanendo seduto, si sposta da un luogo all’altro senza muoversi dalla stanza...

Vista così, in un’epoca in cui la tecnologia ha sostituito in toto la mancanza di contatto, la gentilezza può, allora, diventare a tutti gli effetti una strategia efficace affinché i nostri clienti restino tali. Pensate ai Locker dei supermercati: non sarebbe bello al momento di ritirare la spesa sentirsi salutare per nome?

E non piacerebbe anche a voi trovare, oltre alle App di tracciamento delle vostre spedizioni, una voce da fleggere per lasciare una mancia ai corrieri che hanno continuato indefessi a lavorare per assicurare in qualsiasi condizione il loro prezioso servizio?

Affinché tecnologia e business possano crescere anche in termini di valori serve, allora, una strategia utile a permettere alle aziende di far fare a se stesse e ai propri clienti un salto di qualità. Lo stesso (se non di più) vale nel rapporto B2B, dove la gentilezza – ad esempio nei webinar – deve diventare una parola chiave. Come?

Mettendo da parte l’ansia di dover dire quello che pensiamo sia giusto e mettere in pratica il vero ascolto per riscoprire la consapevolezza dell’altro, delle sue difficoltà, dei suoi bisogni reali.

Insomma, l’efficienza stile Amazon è fondamentale ma, da sola, non basta più. La fiducia dei clienti si coltiva: senza cuore (e gentilezza) non c’è futuro.

Gentilezza e produttività

Daniel Lumera – Biologo naturalista, scrittore, riferimento internazionale nelle scienze del benessere –
25 novembre 2020

<https://www.linkedin.com/pulse/gentilezza-e-produttivit%C3%A0-daniel-lumera/?originalSubdomain=it>

Da sempre le teorie che comportano un profondo cambiamento di pensiero e culturale vengono accolte con obiezioni e dubbio.

La maggior parte delle perplessità che riscontro nel concepire la Gentilezza come elemento indispensabile per costruire un'azienda sana e prospera derivano dal fatto che il nostro modello sociale, economico, culturale vede la Gentilezza, il Perdono, la Gratitude, l'Ottimismo e la Felicità (i 5 valori che costituiscono le basi della Leadership Gentile) o come elementi di debolezza o come valori legati all'etica, alla morale, alla religione, in alcuni casi alla spiritualità e quindi totalmente inapplicabili in ambito lavorativo.

Le ragioni per cui ciò avviene, originano da un fraintendimento delle teorie Darwiniane come ho delineato nel mio precedente articolo.

Prima di entrare nel vivo dei benefici che la pratica della gentilezza porta in generale e nelle imprese, è bene ricordare che Gentilezza deriva da "gens" e indica un gruppo familiare allargato, un clan di appartenenza, quindi, per gentilezza non si intende il mero atto formale di educazione ma è quella capacità di lavorare al bene collettivo, di occuparsi della propria comunità in maniera disinteressata.

Non è stato fornito nessun testo alternativo per questa immagine.

Essere gentili con noi stessi e con gli altri è, come vedremo, oltre che una questione biologica di salute, benessere e longevità anche una strategia evolutiva utile alla sopravvivenza dell'intero genere umano e questo possiamo affermarlo con certezza grazie alle innumerevoli ricerche scientifiche che negli ultimi 15 anni si sono quadruplicate in questo specifico ambito.

Secondo questi studi la pratica della Gentilezza porta a:

- abbassamento pressione sanguigna

- aumento del benessere emotivo

- serenità psicologica

- adozione di comportamenti salutari

- diminuzione della presenza di marcatori d'infiammazione

- incremento della telomerasi e conseguente allungamento dei telomeri (i telomeri sono i "cappucci" presenti alle estremità dei cromosomi la cui usura indica il livello di invecchiamento delle cellule)

- diminuzione della mortalità

- riduzione dell'isolamento: favorisce il contatto umano e l'interconnessione (anche a distanza)

- riduzione dell'ansia e miglioramento del tono dell'umore stimolando la produzione di serotonina, neurotrasmettitore che aiuta anche la regolazione del sonno, della temperatura corporea, delle funzioni cognitive, della creatività e dell'appetito.

- riduzione dello stress: le persone gentili hanno il 23% in meno di cortisolo (noto come ormone dello stress).

Invito ad approfondire gli studi e le relative evidenze scientifiche attraverso la visione dell'incontro organizzato da ALUMNI Università di Padova in collaborazione con la Solgar Italia Multinutrient SpA nella "Giornata Mondiale della Gentilezza" che ha visto partecipare fra

gli altri la Prof.ssa Immacolata De Vivo, docente della Medical School di Harvard e massima esperta nella genetica del cancro.

Appurati quali siano i benefici della Gentilezza, vediamo ora in che modo essa può essere di sostegno alle aziende.

Ci troviamo a vivere un momento estremamente delicato e difficile, l'incertezza, l'ansia, l'impossibilità di avere contatti interpersonali, l'isolamento, la paura rispetto alla propria salute e a quella dei propri cari, l'economia in stallo, la preoccupazione per il futuro, l'indeterminatezza, le difficoltà organizzative, la precarietà finanziaria, la limitazione della libertà, sono tutti elementi che producono fortissimo stress e di conseguenza ad uno stato semi-depressivo.

Lo stress e il conseguente aumento di cortisolo, è uno dei fattori che maggiormente logora i nostri telomeri. Anche se vissuto in un lasso di tempo circoscritto, abbassa le nostre difese immunitarie, ha un impatto fortemente negativo sul nostro sistema cardio circolatorio, può essere causa di pensieri depressivi, sbalzi di umore, trascuratezza, mancanza di concentrazione, confusione e la lista potrebbe continuare ancora per molto.

Come si può in una condizione di questo tipo fare scelte assennate? Come si può gestire sé stessi, il proprio team, i propri dipendenti, i propri collaboratori senza che questi fattori incidano? Come si può pensare di trovare soluzioni concrete, magari creative e intuitive quando a farla da padrone è la confusione, la paura e la preoccupazione?

La risposta è semplice

Praticando Gentilezza, Perdono, Gratitudine, Ottimismo e Felicità

Una ricerca dell'Association of Professional Executives of the Public Service of Canada (APEX) ha rilevato che i team in un ambiente rispettoso e gentile:

- ❖ Possiedono il 26% di energia in più.
- ❖ Hanno il 30% di probabilità in più di sentirsi motivati ed entusiasti di acquisire nuove competenze e di essere esposti a nuove idee.
- ❖ Esprimono il 36% di soddisfazione in più per il proprio lavoro e il 44% di impegno in più per le proprie organizzazioni.

I luoghi di lavoro con bassi livelli di inciviltà hanno dipendenti più vitali, motivati e con livelli di energia più alti. Questi dipendenti fanno di più all'interno dell'organizzazione, a vantaggio dei profitti, dei clienti e, naturalmente, dei dipendenti stessi.

La Leadership Gentile nasce per aiutare imprese, imprenditori, manager, lavoratori a praticare Gentilezza, Perdono, Gratitudine, Ottimismo e Felicità per trovare un profondo equilibrio interiore e creare un clima aziendale gentile che sia terreno fertile per lasciare che ognuno dia il meglio di sé per il beneficio collettivo.

Non è stato fornito nessun testo alternativo per questa immagine

Quando parlo della "pratica" di questi valori, lo faccio nel senso stretto del termine, perché questi valori sono praticabili, possiamo allenarli come muscoli

In che modo?

Con pratiche, esercizi, tecniche sperimentate e create ad hoc in 20 anni di studio, ricerca e ovviamente di pratica.

Tecniche che possono essere usate quotidianamente, semplici ma dall'impatto straordinario. Attraverso infatti questi specifici protocolli è possibile: gestire lo stress, incrementare la capacità di visione, di scelta, raggiungere chiarezza e lucidità mentale ed emotiva, applicare la "capacità negativa" a situazioni di particolare complessità, incrementare le capacità di problem solving, sviluppare apertura mentale ed intuizione incrementare la creatività, tutte risorse indispensabili per mantenersi fermi, saldi e focalizzati sui propri obiettivi, tutte risorse che di fatto aumentano la produttività e il benessere personale e collettivo.

Il valore della Gentilezza nel business

Matteo Pozzuoli – Marketing Director, SAP Italia – Coach – Counsellor – 23 dicembre 2020
<https://www.linkedin.com/pulse/il-valore-della-gentilezza-nel-business-matteo-pozzuoli/?originalSubdomain=it>

Ci avete mai fatto caso? Tendenzialmente, mentre lavoriamo, siamo quasi tutti poco gentili verso noi stessi. Invece di chiederci di che cosa abbiamo bisogno per stare bene, ci affanniamo dietro a ciò che “dobbiamo fare” e, nel farlo, ci dimentichiamo di noi e dei nostri bisogni, nella “genuina” convinzione che il lavoro “viene prima”.

In una bizzarra scala di priorità capovolta, scordiamo cose “piccole” solo all’apparenza: io, ad esempio, dimentico sistematicamente di concedermi la gentilezza di una pausa dal computer dopo ore di lavoro.
Succede anche a voi?

Eppure, se l’obiettivo è avere successo nel business, la gentilezza verso noi stessi, oltre che nei confronti di colleghi, partner, fornitori - non solo verso i clienti (!) -, non dovrebbe mai mancare. Non è una questione di salute o di opportunità: se impongo a me stesso di sgranchirmi le gambe a intervalli regolari perché “così ha detto il dottore”, allora non voglio essere gentile verso me stesso, ma evitare di stare male e di inficiare, così, sulla mia performance lavorativa. Lo stesso vale per le relazioni di business: facciamo di tutto per non metterle a repentaglio ma non è questione di gentilezza, bensì di opportunità.

Peccato che la gentilezza non è un esercizio di stile cui ricorrere all’occorrenza.

La gentilezza - specie quella verso se stessi - è come l’empatia: è uno stato della mente, non va misurata, né ricordata solo in alcune circostanze. Se è parte di noi, la gentilezza non ha bisogno che qualcuno si adoperi per tradurla da “pensiero-gentile” ad “azione-gentile”. È dentro di noi, ed è la chiave del nostro successo.

Per una United States Chamber of Commerce che certifica la gentilezza come un “buon affare”, perché considerata un “fattore critico di successo” (non solo) per le aziende, c’è qualcun altro che ricorda che “la gentilezza non vuole nulla in cambio”, mentre il business sì.

Personalmente credo che dovremmo tutti ricordarci che, in quanto basato sulle relazioni, anche il mondo degli affari fa parte di quell’universo di nessi in cui si cela una grandissima opportunità: quella di creare un mondo migliore.

Daniel Lamera e Immacolata De Vivo ne fanno addirittura una questione scientifica certificando con tanto di studi sul DNA umano che la gentilezza ci fa vivere più a lungo e meglio. Nel loro libro “Biologia della gentilezza”, lo studioso di sociologia e maestro di meditazione e l’epidemiologa salernitana che insegna alla Harvard Medical School certificano che esiste un corrispettivo biologico alla gentilezza e all’empatia e che a sopravvivere (anche di questi tempi) non sarà il più forte e competitivo, ma il più empatico e vicino al prossimo.

Per la poetessa canadese di origine indiana Rupi Kaur, “Essere teneri è essere potenti” e noi marketer lo siamo ogni giorno mentre progettiamo un’attività commerciale su un servizio o su

un prodotto pensando a chi lo utilizzerà. Ma siamo mai davvero gentili con noi stessi o con chi abbiamo accanto? Ci concediamo il lusso di perdonare un errore ricordando che tutto ciò che abbiamo è “qui e adesso”?

Per decine di milioni di clienti che osannano Amazon e i suoi servizi erogati a un prezzo e a una velocità di consegna senza eguali, troviamo altrettanti dipendenti, collaboratori e rivenditori locali altrettanto entusiasti?

Senza gentilezza, ascolto, empatia, vicinanza anche verso chi lavora - con me e per me - difficilmente potrò davvero avere successo. E questo, sempre di più, vale anche nei confronti dei miei competitor. Se la gentilezza diventa parte integrante della mia cultura aziendale mi renderò presto conto che al posto di sterili dualismi potrei costruire, invece di distruggere, nuove relazioni migliori e durature.

La Gentilezza come valore strategico nelle aziende

Mauro Dotta – Soluzioni HR per le aziende e le persone – Senior HR Consultant – Executive Coach ICF (ACC) – HR Manager

9 aprile 2021

<https://www.linkedin.com/pulse/la-gentilezza-con-valore-strategico-nelle-aziende-mauro-dotta/?originalSubdomain=it>

"Se sei gentile con le persone loro si sentiranno appagate e coinvolte e ti offriranno il loro meglio."

In un saggio pubblicato negli Stati Uniti nel 2009 dal titolo Elogio della Gentilezza, lo psicanalista Adam Phillips e la storica Barbara Taylor riscattavano l'importanza di un valore sommo e discreto, sinonimo di capacità di ascolto, accoglienza, generosità, altruismo. Il punto di partenza degli autori era una domanda: Perché oggi la gentilezza è così estranea al senso comune, fino ad essere considerata persino pericolosa?

Eppure, riflettevano i due autori, fin dall'antichità i vantaggi della generosità sono stati diffusi da un considerevole numero di pensatori e Marco Aurelio, filosofo e imperatore, considerava la benevolenza "la più grande gioia dell'umanità". Oggi invece, proseguivano, molte persone considerano la gentilezza nel migliore dei casi una perdita di tempo e si è addirittura diffusa la convinzione che "la generosità ci impedirà di avere successo nella vita".

Altro che segno di debolezza....

I contesti più tipici in cui trova spazio questa concezione sono gli ambienti di lavoro. Nelle aziende, soprattutto in quelle che si configurano quali organizzazioni complesse, la gestione «gentile» da parte di chi ha ruoli di vertice viene tradizionalmente vista come «un tratto di debolezza», una fragilità. Mentre sarebbero decisamente da preferire atteggiamenti improntati all'autoritarismo legittimato dalla posizione gerarchica.

Al contrario la cortesia nei rapporti interpersonali, la buona educazione, le buone maniere possono fare bene a noi e agli altri.

Spiega Eugenio Borgna, psichiatra fenomenologo: "La gentilezza ci consente di allentare le continue difficoltà della vita, le nostre e quelle degli altri, di essere aperti agli stati d'animo e alla sensibilità altrui. La gentilezza è un fare e un rifare leggera la vita, ferita continuamente dalla indifferenza e dalla noncuranza, dall'egoismo e dalla idolatria del successo".

La forza celata della gentilezza

Ecco allora spiegato il motivo per cui, spiega Cristina Milani, psicologa, consulente di impresa e autrice del libro "La forza nascosta della Gentilezza" (Sperling & Kupfer), proprio la gentilezza è una qualità che oggi le direzioni HR delle aziende tengono in sempre maggiore considerazione, per il contributo che fornisce al buon clima e alla produttività aziendale.

In questo senso l'autrice parla "del potere dei piccoli gesti" che negli accadimenti della vita quotidiana come negli ambienti lavorativi "fanno stare bene noi e gli altri". Dalla gentilezza, infatti, scaturiscono tante sensazioni positive: "Se tu sei gentile con le persone, loro si sentiranno appagate e coinvolte, stimolate per contraccambiare e offrirti il meglio".

Questo discorso si rafforza soprattutto se lo applichiamo ad un team di lavoro, dove dalla collaborazione e fiducia nascono i risultati migliori e più appaganti.

Il World Kindness Movement e la crescente attenzione delle aziende Cristina Milani è anche la fondatrice della onlus svizzera Gentletude e vicepresidente del World Kindness Movement (WKM), un movimento internazionale che si propone "di ispirare gli individui verso una maggiore gentilezza e di collegare le nazioni del mondo per creare un mondo più gentile". Grazie al WKM, dal 2009 il 13 novembre di ogni anno viene organizzata la giornata mondiale

della gentilezza, una ricorrenza nata per coordinare le iniziative sviluppate in diverse parti del pianeta, ma soprattutto per divulgare il valore della 'Kindness'.

Negli ultimi anni sul tema è cresciuta esponenzialmente l'attenzione del mondo del business e del lavoro: "Oggi la gentilezza non è solo buona educazione – spiega Paolo Iacci, presidente di Eca Italia, docente di all'Università Statale di Milano e presidente nazionale di AIDP Promotion (Associazione per la Direzione del Personale) – ma rientra nelle strategie marketing delle aziende e fra le soft skills personali che aiutano a fare carriera". D'altra parte, ricorda il presidente dell'Associazione direttori risorse umane Paolo Citterio, "ricordiamoci che nelle organizzazioni oggi si viene valutati ogni giorno a 360 gradi da superiori, sottoposti e colleghi". La cortesia nei rapporti con i colleghi dunque, tra l'altro, conviene alla propria crescita professionale.

Il valore dei fattori emozionali nella gestione aziendale

La gentilezza è ormai considerata a buon diritto fra i più importanti principi di management da applicare sistematicamente alla gestione delle aziende. È questa una consapevolezza certificata ad esempio negli ultimi rapporti annuali 'HR Trends & Salary Survey' di Randstad, la multinazionale olandese leader nella ricerca, nella selezione e nella formazione delle risorse umane.

Nel rapporto 2019 l'importanza di un atteggiamento "gentile" nel creare e mantenere un ambiente di lavoro "piacevole" è al primo posto dei suggerimenti espressi da 169 Ceo e Responsabili Risorse Umane di aziende internazionali per favorire la crescita del capitale umano.

"Introdurla nell'ambiente di lavoro può sembrare fuori luogo, perché si pensa che qui le emozioni non abbiano spazio, pena l'esclusione dal mercato – conclude Cristina Milani di Gentletude – , invece la si dovrebbe pensare come parte integrante del contesto con il quale le imprese si relazionano per crescere".

Ecco che allora la gentilezza diventa un elemento davvero strategico per l'azienda perché impatta positivamente nell'universo delle relazioni in cui è inserita: si traduce infatti in una maggiore attenzione per le parti che la costituiscono, per l'ambiente nel quale s'inserisce, per il pubblico al quale si rivolge.

Benvenuti dell'era della Gentilezza (o forse no)

#Authenticleader Italia

30 agosto 2021

https://www.linkedin.com/pulse/benvenuti-nellera-della-gentilezza-o-forse-authenticleader-italia/?trk=public_post

Qualche giorno fa abbiamo creato un sondaggio qui in LinkedIn per capire di cosa abbiamo davvero bisogno nelle aziende adesso a livello di leadership.

Durante le vacanze infatti mi aveva colpito un articolo che dichiarava che la nuova frontiera fosse il manager gentile, elencando anche le 10 skills essenziali per esserlo. Come sempre è bello leggere di gentilezza ma mi sono domandata: è davvero di questo che hanno bisogno i nostri leaders? O si tratta dell'ennesima etichetta di marketing? Siamo ancora in un'epoca brutale nella quale le persone urlano, sono autoritarie e rigide? Davvero manca la gentilezza ai nostri leaders?

Non mi convinceva pienamente questa proposta e così ho voluto chiedere alla rete LinkedIn (mia personale e di Authenticleader Italia): Quale è la situazione che vivi ogni giorno nella tua azienda? Se sei un leader quale pensi sia la maggior carenza che senti in te o che vedi nelle persone che conosci? Se sei un imprenditore quale è la realtà che vivi?

Bhè i risultati lasciano poco spazio ai fraintendimenti, alla domanda "quale è la più grande carenza che avverti a livello di leadership?", le persone hanno risposto

Empatia ed Ascolto 58%

Considerazione e Rispetto 24%

Educazione e Gentilezza 14%

Preparazione tecnica 4%

Sembra quindi che la buona ed autentica relazione umana vinca su tutto.

In #Authenticleader, diciamo che le aziende sono persone che fanno cose per altre persone ecco forse bisogna proprio tornare ai basics per recuperare terreno a livello di leadership.

Empatia e Ascolto presuppongono innanzitutto l'essere visti come persone, come esseri umani; dotati di emozioni, pensieri, sogni, esseri che chiedono di essere visti per quello che sono; che chiedono di essere ascoltati anche quando dicono cose scomode; che chiedono di essere coinvolti ed emozionati; che chiedono in un certo senso di poter dare il loro contributo.

Esseri che chiedono di creare insieme, sentire insieme, essere parte di qualcosa.

Questo non si insegna e questo non si capisce con la testa. Il lavoro presuppone aprire un altro livello capace di connessione, capace di sintonizzarsi sull'altro, capace di rispettare l'altro, capace di credere e lottare per un contributo.

La grande buona notizia è questo lo abbiamo di dotazione alla nascita ma siamo "solo" poco abituati ad utilizzarlo, in generale, e sicuramente molto sporadicamente nel mondo del business. Quindi si può smettere di fare i classici corsi dove ti spiegano cosa fa (o dovrebbe fare) un leader e iniziare invece ad aprire quella sincera ed autentica umanità che alberga dentro di noi. Sentire anzichè capire. Sicuramente la gentilezza è un elemento importante e personalmente sono una ferma sostenitrice di atti di gentilezza profusi a pioggia ma in ambito aziendale è necessario andare un passo oltre. Tutto sta chiamando a riportare umanità e la nostra meravigliosa componente umana nel mondo del business.

E' arrivata l'era della gentilezza? Spero quella dell'umanità.

Seguici nei prossimi giorni qui nella pagina LinkedIn o nel nostro Leaders' Corner- il magazine degli imprenditori (<https://magazine.authenticleader.it/>) per iniziare a liberare il tuo potenziale umano autentico e portare la tua azienda ad un nuovo livello.

La Gentilezza come valore strategico nelle Aziende

Mauro Dotta – Soluzioni HR per le aziende e le persone – Senior HR Consultant – Executive Coach ICF (ACC) – HR Manager

2 settembre 2021

<https://www.linkedin.com/pulse/la-gentilezza-con-valore-strategico-nelle-aziende-mauro-dotta/?originalSubdomain=it>

"Se sei gentile con le persone loro si sentiranno appagate e coinvolte e ti offriranno il loro meglio."

In un saggio pubblicato negli Stati Uniti nel 2009 dal titolo Elogio della Gentilezza, lo psicanalista Adam Phillips e la storica Barbara Taylor riscattavano l'importanza di un valore sommo e discreto, sinonimo di capacità di ascolto, accoglienza, generosità, altruismo. Il punto di partenza degli autori era una domanda: Perché oggi la gentilezza è così estranea al senso comune, fino ad essere considerata persino pericolosa?

Eppure, riflettevano i due autori, fin dall'antichità i vantaggi della generosità sono stati diffusi da un considerevole numero di pensatori e Marco Aurelio, filosofo e imperatore, considerava la benevolenza "la più grande gioia dell'umanità". Oggi invece, proseguivano, molte persone considerano la gentilezza nel migliore dei casi una perdita di tempo e si è addirittura diffusa la convinzione che "la generosità ci impedirà di avere successo nella vita".

Altro che segno di debolezza....

I contesti più tipici in cui trova spazio questa concezione sono gli ambienti di lavoro. Nelle aziende, soprattutto in quelle che si configurano quali organizzazioni complesse, la gestione «gentile» da parte di chi ha ruoli di vertice viene tradizionalmente vista come «un tratto di debolezza», una fragilità. Mentre sarebbero decisamente da preferire atteggiamenti improntati all'autoritarismo legittimato dalla posizione gerarchica.

Al contrario la cortesia nei rapporti interpersonali, la buona educazione, le buone maniere possono fare bene a noi e agli altri.

Spiega Eugenio Borgna, psichiatra fenomenologo: "La gentilezza ci consente di allentare le continue difficoltà della vita, le nostre e quelle degli altri, di essere aperti agli stati d'animo e alla sensibilità altrui. La gentilezza è un fare e un rifare leggera la vita, ferita continuamente dalla indifferenza e dalla noncuranza, dall'egoismo e dalla idolatria del successo".

La forza celata della gentilezza

Ecco allora spiegato il motivo per cui, spiega Cristina Milani, psicologa, consulente di impresa e autrice del libro "La forza nascosta della Gentilezza" (Sperling & Kupfer), proprio la gentilezza è una qualità che oggi le direzioni HR delle aziende tengono in sempre maggiore considerazione, per il contributo che fornisce al buon clima e alla produttività aziendale.

In questo senso l'autrice parla "del potere dei piccoli gesti" che negli accadimenti della vita quotidiana come negli ambienti lavorativi "fanno stare bene noi e gli altri". Dalla gentilezza, infatti, scaturiscono tante sensazioni positive: "Se tu sei gentile con le persone, loro si sentiranno appagate e coinvolte, stimolate per contraccambiare e offrirti il meglio".

Questo discorso si rafforza soprattutto se lo applichiamo ad un team di lavoro, dove dalla collaborazione e fiducia nascono i risultati migliori e più appaganti.

Il World Kindness Movement e la crescente attenzione delle aziende Cristina Milani è anche la fondatrice della onlus svizzera Gentletude e vicepresidente del World Kindness Movement (WKM), un movimento internazionale che si propone "di ispirare gli individui verso una maggiore gentilezza e di collegare le nazioni del mondo per creare un mondo più gentile". Grazie al WKM, dal 2009 il 13 novembre di ogni anno viene organizzata la giornata mondiale

della gentilezza, una ricorrenza nata per coordinare le iniziative sviluppate in diverse parti del pianeta, ma soprattutto per divulgare il valore della 'Kindness'.

Negli ultimi anni sul tema è cresciuta esponenzialmente l'attenzione del mondo del business e del lavoro: "Oggi la gentilezza non è solo buona educazione – spiega Paolo Iacci, presidente di Eca Italia, docente di all'Università Statale di Milano e presidente nazionale di AIDP Promotion (Associazione per la Direzione del Personale) – ma rientra nelle strategie marketing delle aziende e fra le soft skills personali che aiutano a fare carriera". D'altra parte, ricorda il presidente dell'Associazione direttori risorse umane Paolo Citterio, "ricordiamoci che nelle organizzazioni oggi si viene valutati ogni giorno a 360 gradi da superiori, sottoposti e colleghi". La cortesia nei rapporti con i colleghi dunque, tra l'altro, conviene alla propria crescita professionale.

Il valore dei fattori emozionali nella gestione aziendale

La gentilezza è ormai considerata a buon diritto fra i più importanti principi di management da applicare sistematicamente alla gestione delle aziende. È questa una consapevolezza certificata ad esempio negli ultimi rapporti annuali 'HR Trends & Salary Survey' di Randstad, la multinazionale olandese leader nella ricerca, nella selezione e nella formazione delle risorse umane.

Nel rapporto 2019 l'importanza di un atteggiamento "gentile" nel creare e mantenere un ambiente di lavoro "piacevole" è al primo posto dei suggerimenti espressi da 169 Ceo e Responsabili Risorse Umane di aziende internazionali per favorire la crescita del capitale umano.

"Introdurla nell'ambiente di lavoro può sembrare fuori luogo, perché si pensa che qui le emozioni non abbiano spazio, pena l'esclusione dal mercato – conclude Cristina Milani di Gentletude – , invece la si dovrebbe pensare come parte integrante del contesto con il quale le imprese si relazionano per crescere".

Ecco che allora la gentilezza diventa un elemento davvero strategico per l'azienda perché impatta positivamente nell'universo delle relazioni in cui è inserita: si traduce infatti in una maggiore attenzione per le parti che la costituiscono, per l'ambiente nel quale s'inserisce, per il pubblico al quale si rivolge.

La sfida della Gentilezza

Lorenzo Cabras – Founding Partner e Chief Strategy Officer presso Different – Docente di Comunicazione presso l'Università degli Studi di Padova e presso IANUA

29 giugno 2022

<https://www.linkedin.com/pulse/la-sfida-della-gentilezza-lorenzo-cabras/?originalSubdomain=it>

Uno dei trend più insistenti che sto intercettando negli ultimi mesi è quello della leadership gentile. E - onestamente - mi fa riflettere.

Non perché non creda nella gentilezza, tutt'altro: chi mi conosce almeno un minimo, penso possa dire che sono una persona gentile; sono però convintissimo che la gentilezza sia un'attitudine e non qualcosa che si costruisce alla bisogna.

Parliamo di credibilità, e non basta dichiararla (la gentilezza):

fortunatamente, gli altarini si svelano in fretta e chi non è naturalmente gentile viene smascherato piuttosto facilmente.

Il trend della gentilezza

Può essere che la gentilezza nel management stia diventando di moda?

Kindness matters

Secondo questa indagine di Infojobs (Novembre 2020), ben il 65% degli intervistati considera la gentilezza sul lavoro un punto di forza e per il 20% circa è addirittura un elemento imprescindibile. In netta minoranza chi ne evidenzia gli aspetti negativi, identificando la gentilezza come illusione (6,2%), debolezza (1,5%) o una tattica per trarre dei vantaggi (7,4%).

Se da un lato il 41% del campione dichiara di avere un leader gentile, per il 41,5% il proprio capo non considera la gentilezza un elemento importante;

c'è addirittura un 17,5% che ha un superiore che premia un clima rigoroso, credendolo più funzionale.

Numeri che esprimono quindi incertezza, tra chi crede nella gentilezza e chi ne fa una questione di facciata.

Non esiste solo la leadership gentile

Perché affannarsi a parlare di gentilezza se non è un tratto comportamentale peculiare?

Esistono molti stili di leadership, e quella gentile è solo una di esse; lo psicologo e filosofo prussiano Kurt Lewin pubblica nel 1939 il suo studio più noto e parla proprio delle diverse tipologie di leadership:

Non è stato fornito nessun testo alternativo per questa immagine

Sono passati molti anni e le interazioni sociali sono cambiate in modo rilevante, ma il succo della mia riflessione è che è fondamentale definire chi si vuole essere, e che questo debba essere coerente con le proprie attitudini e inclinazioni.

Spoiler alert: non tutti possono essere leader; anzi, molto pochi possono.

Segnali di antileadership

In questo bell'articolo di Domenico Marra si trova un excursus interessante di cosa non è leadership: non è una posizione, non è un titolo, non è una nomina, non è nemmeno un talento. L'aspetto più potente è che leader si viene riconosciuti, non ci si può autoproclamare (o meglio, lo si può fare ma nessuno darà seguito a tale proclama).

Tutto ciò che non è in grado di creare empatia, connessione con il prossimo, unità di intenti, allora non è leadership. Stiamo parlando di qualcosa fortemente connesso con la dimensione più umana del nostro essere, perché basata sulla capacità di generare e ottenere fiducia.

In conclusione, sulla gentilezza

L'etimologia della parola gentile racconta tutto questo: deriva da gens, che nell'antica Roma rappresentava una formazione sociale sovralfamiliare patrizia, una sorta di clan a cui appartenevano molte famiglie. Gli appartenenti alla stessa gens avevano reciproci doveri di assistenza e difesa, oltre che il diritto di successione ereditaria in mancanza di parenti prossimi - e condividevano i luoghi di sepoltura.

Così l'essere "gentili" implicava un comportamento più fraterno rispetto a quello tenuto con estranei di altre gentes, anche se magari, vista l'ampiezza di queste gentes, i gentili fra loro non si conoscevano nemmeno.

E oggi? Per percezione personale, penso che chi è realmente gentile:

non alza i toni (si può essere decisi e perentori senza necessariamente urlare);

non esaspera o estremizza i concetti (le parole vanno scelte con estrema cura, perchè - una volta dette - pesano);

sa contare fino a dieci prima di rispondere (l'empatia e l'emotività non sono per nulla la stessa cosa);

sa riconoscere e maneggiare le cose fragili senza romperle (perchè certe risorse sono fragili ma preziose);

sa condividere (visione, responsabilità, passione, energia, entusiasmo).

La gentilezza è la catena forte che tiene legati gli uomini. (Johann Wolfgang Goethe)

La leadership gentile im azienda

Vito Maria Bottari – Direttore Personale Il Sole 24 Ore

1 novembre 2022

<https://www.linkedin.com/pulse/management-gentile-e-organizzazioni-femmina-vito-maria-bottari/?originalSubdomain=it>

Tanti anni fa mi capitò di leggere un breve articolo che riprendeva lo studio di un sociologo del lavoro credo svizzero, che proponeva una distinzione tra aziende “femmina” e aziende “maschio”.

Il significato che questo studioso (sul quale non sono poi riuscito a documentarmi in alcun modo e di cui non ricordo più nemmeno il nome) dava ai due concetti di “femmina” e “maschio”, declinandoli in termini aziendali, era abbastanza suggestivo.

Le aziende “femmina” erano organizzazioni basate sul lavoro di squadra, sul senso del gruppo, su processi decisionali bottom-up, dove i lavoratori spesso sono anche parte attiva dei processi decisionali aziendali, dove il profitto non è l’unico obiettivo, accanto al quale coesistono con pari dignità il benessere del personale, la fidelizzazione dei dipendenti, la condivisione spontanea e non forzata della mission e dei valori aziendali. Sempre secondo questo sociologo alcune grosse realtà multinazionali giapponesi e scandinave si avvicinavano molto a questa tipologia di organizzazione. A ben pensarci il riferimento ad aziende giapponesi e scandinave aveva molto senso, anche perché sia la Scandinavia che il Giappone hanno sempre rappresentato un modello diverso e originale di capitalismo industriale, sensibilmente differente dal capitalismo stile USA.

All’estremo opposto si situavano ovviamente le aziende “maschio”, dove il raggiungimento dei risultati - da ottenere a qualsiasi costo - dava luogo ad una estrema competitività all’interno dell’organizzazione, una sorta di homo homini lupus, una guerra di tutti contro tutti, al fine di salire nelle gerarchie aziendali, accrescere il proprio status e massimizzare poi il tutto in termini economici, oltre che di potere personale. Dopotutto si era alla fine degli anni 80, in piena “reaganomics” e deregulation e il modello capitalistico americano - e non solo quello americano - aveva adattato i propri sistemi organizzativi alle teorie ultra liberiste che andavano di moda in quegli anni.

Va da se che il sociologo in questa sua analisi concludeva che - nel lungo periodo - le aziende femmina hanno una possibilità largamente superiore di sopravvivere e prosperare, sebbene nel breve periodo la loro esistenza possa apparire più difficile, rispetto alle aziende “maschio”. Questa ennesima sfumatura della tradizionale dicotomia maschio/femmina mi è tornata alla mente nei giorni scorsi, a proposito della necessità sempre più sentita a livello organizzativo di passare a stili di management più “morbidi”, più “empatici”, stante l’estrema difficoltà nel guidare, ai giorni nostri, organizzazioni più o meno complesse, per il buon successo delle quali non basta più il classico armamentario del leader “maschile”, ossia il classico stile direttivo, autoritario senza essere autorevole, gerarchicamente autoreferenziale, orientato al risultato, hic et nunc. Ovviamente in questo caso l’aggettivo “maschile” non ha alcuna specifica connotazione di genere, in quanto ci sono molto esempi di donne manager di successo che hanno adottato stili di leadership tipicamente “maschili” nel senso di quel che sto scrivendo.

Adesso invece sempre più spesso leggiamo di “leadership gentile” per indicare uno stile gestionale che punta sull’ascolto, sull’empatia, sull’intelligenza emotiva, sull’inclusività, sul coinvolgimento, sulla capacità di smussare i conflitti, sull’attenzione non solo ai risultati di breve termine ma anche al benessere - fisico e psicologico - del proprio team. La gentilezza genera motivazione e senso di partecipazione alle decisioni, oramai lo sappiamo e lo diamo

per certo. In questo ambito rientra anche il concetto inglese di “nudge”, che potremmo tradurre in italiano come “spinta gentile”. In questo senso il leader (o il manager) gentile “spinge” delicatamente il proprio team verso una meta condivisa, senza lasciare nessuno indietro, senza mai essere divisivo, ma assecondando le diversità, favorendo il dissenso e coltivando la disparità di vedute.

Già Richard Branson (patron della Virgin) ebbe a dire diversi anni fa che “I clienti non vengono mai per primi! I dipendenti sono al primo posto. Se ti prenderai cura dei tuoi dipendenti, loro si prenderanno cura dei tuoi clienti.”

Come diceva Nanni Moretti, la parole sono importanti, non a caso Branson usa il termine “take care”; il manager è colui che “si prende cura” letteralmente del suo team e ne guida e asseconda lo sviluppo.

Ma che probabilità di successo avrebbe un manager “gentile” in un’organizzazione “maschio”? Ancorché “verniciate” di slogan e mission e valori che inneggiano al “workers first”, indubbiamente queste realtà esistono ancora e continuano ad operare con le solite e tradizionali modalità, incentivando la competitività tra colleghi, decidendo in modalità perennemente top-down, abolendo il dissenso e premiando il conformismo più becero. E molte di esse funzionano pure bene, fanno profitti e stanno egregiamente sul mercato. Volete mettere come sia estremamente più facile, meno dispendioso e anche più veloce, soprattutto per un capo tecnicamente, culturalmente e caratterialmente limitato, governare il proprio team in modalità “maschio”?

La risposta è ovviamente scontata: l’organizzazione “maschio” inevitabilmente tenderà al rigetto nei confronti di uno stile di management altamente disruptive per i propri standard di funzionamento e il nostro manager sarà costretto ad andar via, per altri lidi più amichevoli.

Tutto questo per dir che cosa, quindi? Che l’innesto di uno stile di management gentile avrà pienamente successo solo se avverrà in una organizzazione altrettanto gentile, inclusiva, attenta al benessere dei propri dipendenti, rispettosa dell’ambiente e del territorio in cui opera, sostenibile e capace di creare valore nel tempo, per sé stessa, per il proprio personale e per il proprio territorio.

L’invito di chi scrive è pertanto a “femminilizzare” le nostre organizzazioni a tutti i livelli, scommettendo sul consenso, sul rispetto e la valorizzazione delle diversità, sulla protezione dell’ambiente, sul perseguimento di obiettivi a lungo termine, sull’empatia, sul lavoro di squadra, sulla delega. Si tratta di una combinazione “astrale” difficile e faticosa, ma virtuosa e vincente, raggiungibile solo a fronte di un costante e continuo commitment di tutti gli stakeholders aziendali, unica garanzia di sopravvivenza e sviluppo a lungo termine per ogni organizzazione complessa che punti a rimanere sul mercato il più a lungo possibile.

“Le chiamavano due cuori” - La Gentilezza sul luogo di lavoro

PrperDelMare Consulting

6 dicembre 2022

https://www.linkedin.com/pulse/la-gentilezza-sul-luogo-di-lavoro-properdelmare-consulting/?trk=public_post_main-feed-card_reshare_feed-article-content&originalSubdomain=it

Il posto dove lavoriamo non è 'altro' rispetto alle nostre vite, siamo persone sia dentro che fuori dall'ufficio e le regole di convivenza sono le stesse.

Sappiamo bene però, che sul luogo di lavoro tensione, stress, competitività e altri fattori negativi possono influire molto sul modo in cui ci comportiamo con le altre persone.

Per questa ragione essere gentili con gli altri è ancora più importante quando ci troviamo in un ambito professionale. La gentilezza aiuta a irrobustire il tessuto che costituisce un team che funziona bene, ci permette di rilassarci e di avere fiducia nelle altre persone.

In particolare chi è a capo di un team e chi prende decisioni che influenzano la vita professionale (e non) delle altre persone dovrebbe essere in grado più di altri di imparare a coltivare questa caratteristica.

A volte però nei luoghi di lavoro, vive sotto mentite spoglie un sentimento ben diverso dalla gentilezza, che ha dei risvolti piuttosto negativi. C'è chi la chiama 'gentilecca' e già il nome dovrebbe dirci qualcosa...

L'inventore di questa definizione evocativa è Gian Luca Teppati, fondatore di OOMM Consulting ed esperto di formazione manageriale e hashtag#changemanagement, nonché autore di *Le chiamavano due cuori*, un piccolo manuale destinato a manager e non, per imparare ad essere più gentili. Lo ha letto la nostra collaboratrice Micol Vago, che ha scritto per noi l'ottima recensione che trovate qui di seguito.

No alt text provided for this image

Perché in giro è pieno di gente che si innamora ancora della sorella gemella della gentilezza...

LE CHIAMAVANO DUE CUORI di Gian Luca Teppati

Si può imparare ad essere gentili?

Secondo Gian Luca Teppati, autore del libro, sì. Anche se non si nasce gentili, lo si può diventare e quando si è gentili si sprigiona e si genera energia positiva e benessere.

Quando si parla di gentilezza si intende la capacità di soffermarsi sulle decisioni da prendere, verificando prima se le stesse potrebbero causare danno a qualcuno. Sembra scontato, ma in realtà è molto difficile e faticoso, soprattutto per chi per indole non la pratica con spontaneità.

La buona notizia è che la gentilezza è contagiosa e a sua volta produce gentilezza e può cambiare il mondo in meglio.

Per praticare la gentilezza, l'azione fondamentale è quella di mitigare e contrastare rabbia e paura attraverso tanto allenamento, coraggio e resilienza. Decidere di essere gentili richiede la consapevolezza del perché lo si vuole essere, così da risultare autenticamente gentili. Questo atteggiamento consente di essere e sentirsi liberi perché si sono sciolti i nodi creati dalla rabbia e dalla paura.

Il leader gentile è colui che ha la capacità di governare le proprie emozioni rimanendo in perfetto equilibrio tra gli alti e bassi quotidiani, avendo il coraggio di essere gentile e l'umiltà di chiedere perdono davanti ai propri errori nella propria quotidianità. La gentilezza è un modo di affrontare la vita.

[Leggi anche: Piccola guida all'intelligenza emotiva]

Attenzione però: la gentilezza non è da confondere con la morale. La morale cerca di allineare il comportamento umano verso l'integrità e la rettitudine mentre la gentilezza è spontanea e

nasce da regole personali decise intimamente.

Gentilecca: la sorella brutta della gentilezza

Quando la gentilezza non è autentica si trasforma in “gentilecca”, sorella subdola, che si manifesta con un comportamento costruito, falsamente gentile e stucchevole. Questo tipo di atteggiamento piace solo a chi ha bisogno di soddisfare il proprio ego e il proprio misero senso del potere ma alla maggior parte delle persone infastidisce.

Il leader gentile contrasta questa tendenza dilagante scegliendo di ascoltare e di anteporre l'altrui benessere al proprio. Il leader gentile non giudica e cerca di capire perché una persona fa quello che fa.

La leadership gentile genera rapporti chiari e autentici. Consente alle persone di sentirsi liberi di esprimersi, di difendere le proprie idee e punti di vista senza paura perché sa accettare l'errore.

La gentilezza è timida e discreta e non necessita di gesti eclatanti e ridondanti ma di gesti piccoli, intimi, sinceri e costanti.

Primariamente si deve essere gentili con se stessi, di conseguenza lo si diventa anche con gli altri. I piccoli gesti sinceramente gentili arrecano meraviglia e riconoscenza da parte delle persone.

Non bisogna avere paura di mostrarsi gentili perché la gentilezza ha un potere grandissimo ed è totalmente sostenuta dai fatti. Fatti che implicano la capacità di desiderare il miglioramento dell'altro e di nutrire la sua libertà di pensiero e azione.

Il leader gentile sa chiedere aiuto e sa accogliere i feedback. I suoi valori sono:

ascolto

accoglienza

accompagnamento

Sa dubitare, accetta l'errore, non cerca il colpevole ma indaga perché è successo assumendosi le responsabilità delle proprie idee e delle conseguenze.

Il leader gentile ha l'obiettivo di generare miglioramento continuo aspirando al valore mediano dell'eccellenza bilanciata, ovvero un'eccellenza che ammette una percentuale di difetto nel senso più umano e tollerante.

Ora la Gentilezza fa curriculum: capiamo perché le cose sono cambiate

Andrea Pietrini – Executive – Chairman YOURgroup – Autore di Fractional Manager

1 settembre 2023

<https://www.linkedin.com/pulse/ora-la-gentilezza-fa-curriculum-capiamo-perch%C3%A9-le-cose-pietrini/>

In un mondo lavorativo in continua evoluzione, la gentilezza non è più vista come un segno di debolezza, ma piuttosto come una forza indispensabile.

Nel corso degli anni, le aziende hanno iniziato a riconoscere la gentilezza non solo come una virtù morale, ma come una competenza chiave per il successo del business. Vediamo il perché.

Negli anni passati, l'archetipo dell'ambizioso leader d'azienda spesso coincideva con un uomo o una donna di ferro, incline a gesti di forza piuttosto che a un comportamento gentile.

Tuttavia, la situazione è notevolmente cambiata. Le aziende moderne riconoscono ora che un clima di lavoro sano e positivo, permeato di gentilezza, può avere un forte impatto sui risultati dell'azienda stessa.

La gentilezza promuove interazioni positive, accresce la fiducia e l'empatia reciproche tra i team e aiuta a creare un ambiente di lavoro più produttivo e collaborativo.

Essa incoraggia anche il rispetto per la diversità e l'inclusività, fattori che sono sempre più considerati fondamentali nello spazio di lavoro contemporaneo.

Gli studi mostrano che la gentilezza ha un impatto diretto sulla produttività dei dipendenti. Quando le persone si sentono apprezzate e accolte nel loro ambiente di lavoro, sono più propense a dare il loro meglio.

Inoltre, la gentilezza contribuisce a ridurre lo stress e a prevenire il burnout, entrambi fattori che possono seriamente compromettere la performance lavorativa.

Le aziende che promuovono attivamente la gentilezza nei loro ambienti di lavoro attirano anche i migliori talenti.

I professionisti moderni non sono più solo interessati al salario o al prestigio del lavoro, ma ricercano ambienti di lavoro accoglienti, rispettosi e inclusivi.

Un ambiente di lavoro caratterizzato dalla gentilezza è quindi un fattore di attrattiva per nuovi talenti.

La cultura aziendale che promuove la gentilezza non solo migliora la produttività, ma può anche migliorare la reputazione dell'azienda tra consumatori e clienti.

Al giorno d'oggi, i consumatori tendono a supportare le aziende che dimostrano di prendersi cura dei propri dipendenti e si impegnano nella creazione di un ambiente di lavoro positivo.

In sintesi, la gentilezza non è un segno di debolezza; al contrario, è una forza che può portare a un maggiore successo aziendale. Le aziende che la valorizzano riscontrano un aumento della produttività, un miglioramento dell'ambiente di lavoro e una reputazione più positiva.

Ne consegue che la gentilezza non è solo buona pratica morale, ma può essere una vera e propria strategia per il successo aziendale. In un mondo sempre più competitivo, la gentilezza è ora un requisito indispensabile nel CV di ciascuno.

#gentilezza #management #eleganza

Club Uomini Gentili YOURgroup Fimelato

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA ED AGGRESSIVITÀ

La gentilezza è un antidoto alla aggressività, quella fisica e quella verbale.

Rispondere con un sorriso agli attacchi che con taglienti parole arrivano è disarmante, un atto potente di presenza gentile e forte.

In questa nostra società, dove ci si assale pure per esprimere un pensiero diverso, dove i social sono diventati piazza pubblica da lapidazione, con enormi danni, abbiamo tutti il dovere di riprendere in mano il timone della gentilezza per porgerla a chi, invece, conosce solo l'offesa come mezzo di comunicazione. Non è un percorso facile e breve, tutt'altro.

E' la condivisione di questo percorso, però, che ci consentirà di porre le basi al miglioramento di dialoghi, di approcci sia nella vita amicale che in quella lavorativa, quotidiana e familiare.

La mente è straordinaria ma lo è anche e soprattutto se permeabile, se riusciamo a scavare dentro le rocciose coscienze per ricondurle ad una spontanea gentilezza.

La virtù che ammalia, che sorride, che abbraccia, che ci fa percorrere sentieri irti ma il panorama sarà mozzafiato.

Essere aggressivi del resto è la migliore risposta, quella facile e banale, a chiunque non ci piaccia. Invece risiede nella gentilezza il coraggio di cambiare se stessi e gli altri.

Possiamo farlo insieme, con la certezza che ognuno porta con sé ciò che è, comunicare senza aggressività significa rendersi persone migliori, parlare senza offendere significa donare le proprie idee, che possono non essere condivise.

Accettazione, consapevolezza, dono e gentilezza. Ecco gli ingredienti del nostro cammino.

Good returns: lo stato della Gentilezza in Inghilterra, ma non solo

Gentleude

<https://www.gentleude.com/good-returns-lo-stato-della-gentilezza-in-inghilterra-ma-non-solo/>

Prendiamo spunto da un recente rapporto pubblicato da Louise Burfitt-Dons per UK Kindness sulla situazione della Gentilezza in Inghilterra; per sfiorare in questo articolo i principali motivi per cui implementare dei comportamenti gentili ha effetti positivi non solo a livello personale ma anche collettivo e sull'economia.

Il sistema economico che conoscevamo non è più attuale, lo dimostra la crisi globale in atto e l'impotenza di tutti i tentativi di ritornare alla "normalità"; è giunto allora il momento di pensare ad altro.

La corsa sfrenata iniziata negli anni 80 verso l'individualismo estremo ed il successo a tutti i costi è oggi alla sua velocità minima; e in breve tempo si arresterà completamente perchè oramai anacronistica.

Il futuro va dunque ripensato, costruendo nuove basi attorno a due termini essenziali:

1. Sobrietà
2. Solidarietà.

Oggi, consumiamo troppo, mangiamo troppo, buttiamo troppo. Soprattutto viviamo nella convinzione che sia possibile una crescita infinita in un luogo, quale è il nostro pianeta, finito.

Il futuro sarà dedicato all'eliminazione di qualsiasi esibizionismo materiale, il lusso sfrenato in un'epoca dove le risorse del pianeta si stanno esaurendo sarà solo degli sciocchi e dei masochisti.

Le pratiche, del riuso, del riciclo, della rilocalizzazione e del ridurre (vedi sotto) saranno le regole d'oro di un processo di decrescita contrapposto ad una crescita esponenziale oramai solo una follia.

Con un aumento del PIL pro capite del 3,5 per cento annuo (che corrisponde alla media francese tra il 1949 e il 1959), si ha un fattore di moltiplicazione 31 in un secolo e di 961 in due secoli!

E con un tasso di crescita del 10 per cento, che è quello attuale della Cina, si ottiene un fattore di moltiplicazione 736!

A un tasso di crescita del 3 per cento, si moltiplica il PIL di venti volte in un secolo, di 400 in due secoli, di 8000 in tre secoli.

Se la crescita producesse automaticamente il benessere, dovremmo vivere in un vero paradiso da tempi immemorabili.

"È invece è l'inferno che ci minaccia", come afferma Serge Latouche.

La saggezza della lumaca*

Dal rapporto della Burfitt-Dons si evidenzia come l'alto livello di inciviltà e mancanza di cura e di attenzioni per gli altri raggiunto in Inghilterra costi ai contribuenti oltre £3.4 milioni annui. Soldi utilizzati per far fronte alla criminalità e per coprire gli ingenti costi della burocrazia. La diminuzione della gentilezza in Inghilterra come indicato dal rapporto della Burfitt-Dons ha effetti sulla salute, sul turismo, sull'economia; con conseguenze nefaste sulla qualità della vita. Ma il caso GB non è isolato ed i risultati emersi dal rapporto si potrebbero facilmente traslare in molti altri paesi.

La prima crisi del 2008 ha riportato il dibattito sulla gentilezza. Non si tratta più della gentilezza definita dalle buone maniere, ma si va oltre.

La gentilezza, oggi, serve per prepararci al periodo austero al quale andiamo in contro, un

periodo nel quale i comportamenti altruistici, la sobrietà e solidarietà di cui sopra, avranno un ruolo predominante.

Nel prossimo futuro lo Stato sarà sempre meno preparato a rispondere alle esigenze dei propri cittadini. La relazione con i vicini di casa dovrà allora andare oltre il proprio zerbino.

In un periodo dove si avranno meno soldi e sempre meno servizi erogati dallo Stato vi sarà una rivalutazione delle relazioni di comunità e della solidarietà.

La gentilezza moderna è una forma mentis che colloca l'individuo come parte integrante di una comunità inserita in un ambiente (inteso come pianeta); e che si oppone all'individualismo e al consumismo. La gentilezza è l'applicazione proattiva di una serie di pratiche volte alla cura e all'attenzione degli altri individui e al rispetto dell'ambiente in quanto "fornitore" di risorse "limitato" e non "infinito".

Ascolto, pazienza, disponibilità, buon senso; sono alcuni dei vocaboli del prossimo futuro....

In cambio, la qualità di vita migliorerà, si vivrà più a lungo e soprattutto si avrà ancora un pianeta sul quale vivere!

*La lumaca costruisce la delicata architettura del suo guscio aggiungendo una dopo l'altra delle spire sempre più larghe, poi smette bruscamente e comincia a creare delle circonvoluzioni stavolta decrescenti. Una sola spira più larga darebbe al guscio una dimensione sedici volte più grande. Invece di contribuire al benessere dell'animale, lo graverebbe di un peso eccessivo.

A quel punto qualsiasi aumento della sua produttività servirebbe unicamente a rimediare alle difficoltà create da una dimensione del guscio superiore ai limiti fissati dalla sua finalità. Superato il punto limite dell'ingrandimento delle spire, i problemi della crescita eccessiva si moltiplicano in progressione geometrica, mentre la capacità biologica della lumaca può seguire soltanto, nel migliore dei casi, una progressione aritmetica.

future

Rivalutare

Amore della verità, senso della giustizia, responsabilità, rispetto della democrazia, elogio della differenza, dovere di solidarietà, uso dell'intelligenza.

Riconcettualizzare

Diventa necessario ripensare alcuni concetti fondamentali come quelli di ricchezza e povertà, ma anche il binomio infernale, fondatore dell'immaginario economico, rarità/abbondanza.

Ristrutturare

Significa adeguare l'apparato produttivo e i rapporti sociali al cambiamento dei valori. Per fare un esempio si potrebbero riconvertire le fabbriche automobilistiche in fabbriche di macchinari per il recupero di energia attraverso la congenerazione.

Rilocalizzare

Se le idee devono ignorare le frontiere, al contrario i movimenti di merci e di capitali devono essere limitati all'indispensabile. La cultura, la politica e il senso della vita devono ritrovare un "ancoraggio territoriale".

Ridurre

Innanzitutto ridurre gli sprechi, in modo da gravare di meno sulla nostra povera biosfera. È inaccettabile che oggi i paesi ricchi producano 4 miliardi di tonnellate di rifiuti l'anno. Altre cose da ridurre urgentemente sono gli orari di lavoro, per restituire il tempo a tutto quello che rende la vita degna di essere vissuto e il turismo di massa, con le sue gravose conseguenze, come l'inquinamento e la distruzione delle destinazioni che subiscono questo turismo.

Riutilizzare/riciclare

Forse la più scontata delle "R", è un concetto ormai dato per acquisito, allora come mai le amministrazioni e la politica non lo hanno ancora trasformato in un cardine del nostro sistema produttivo?

Giappone: poco crimine, molta cortesia, molta efficienza

Rita Bugliosi – 12 febbraio 2020

<https://almanacco.cnr.it/articolo/195/giappone-poco-crimine-molta-cortesia-molta-efficienza>

Nel Paese del Sol Levante tutto funziona in un modo per noi inimmaginabile: i treni e gli aerei sono sempre in perfetto orario, le persone sono cortesi, c'è rispetto per gli anziani, la criminalità è ai minimi planetari, parchi e spazi comuni sono ordinati e puliti. Virtù civiche che si esaltano in caso di terremoti. Una specie di Eden. Ce lo racconta Franco Gambale, già direttore dell'Istituto di biofisica del Cnr, che nella nazione nipponica ha lavorato e vissuto.

La diversità tra la cultura occidentale e quella giapponese è enorme e chi ha avuto modo di visitare il Paese del Sol Levante ha potuto sperimentare la straordinaria efficienza che caratterizza questa nazione e la correttezza dei comportamenti della sua popolazione. Ce lo racconta Franco Gambale, già direttore dell'Istituto di biofisica del Cnr, che nel Paese nipponico si è recato più volte e vi ha lavorato e abitato: "Amo il Giappone per la capacità di combinare tradizione e modernità, per la gentilezza e la timidezza del suo popolo, per la spiritualità racchiusa nei santuari e nei templi sparsi tra i boschi, per la bellezza delle immagini di artisti come Katsushiga Hokusai e Utagawa Hiroshige. Al tempo stesso ho grande ammirazione per l'organizzazione e la competenza delle persone e per l'efficienza dei servizi". Il Giappone è tra l'altro un Paese in cui la criminalità è molto bassa: il tasso di omicidi è di 0,3 ogni 100mila abitanti, la percentuale più bassa rilevata nell'area Ocse, in cui la media è 3,6. C'è concordia fra modernità e tradizione, soprattutto nelle grandi città, in cui la funzionalità caratterizza i grandi spazi commerciali, l'efficienza contraddistingue stazioni ferroviarie e aeroporti. Ma soprattutto le persone dimostrano preparazione e organizzazione: "Ho sempre apprezzato il rigore e il senso del dovere dei lavoratori giapponesi, che è parte integrante della cultura del Paese", continua il ricercatore del Cnr-Ibf. "E dello stesso sentire fanno parte il rispetto verso gli anziani per il lavoro svolto e l'amore per i bambini, che rappresentano il futuro".

Proprio i bambini e la loro educazione sono una chiara testimonianza del buon funzionamento di questa nazione: nel sistema educativo giapponese i piccoli vengono infatti abituati alla cura degli oggetti già dalle scuole elementari e, dopo le lezioni o dopo il pranzo, devono pulire e riordinare le proprie aule e le aree comuni. L'addestramento dei giovani è estremamente utile anche nella soluzione dei problemi organizzativi che possono insorgere in condizione di emergenza. "Durante il terremoto del 2011 ero in Giappone e ho potuto constatare di persona come siano stati proprio i giovani a offrirsi per primi come volontari per le pulizie dei servizi igienici, per la distribuzione del cibo nei centri di accoglienza e per tutti i tipi di interventi che potevano comportare un rischio, anche minimo", racconta Gambale. "Sono meccanismi positivi, che inducono conforto nelle persone più fragili e trasmettono un messaggio rassicurante: nonostante le difficoltà del momento, la comunità c'è e tiene sotto controllo la situazione".

Emblema della modernità e dell'efficienza giapponese sono poi i sistemi di trasporto. "Il complesso di treni veloci Shinkansen è un'istituzione proverbiale della mobilità giapponese per velocità, puntualità e pulizia; quest'ultima è garantita a ogni viaggio da una schiera di inservienti che revisionano meticolosamente il convoglio", continua Gambale. "Al capolinea il treno è inaccessibile finché la squadra delle pulizie non ha terminato la ricognizione completa e non ha salutato con un inchino sincronizzato i viaggiatori in ordinata attesa sul marciapiede, in corrispondenza della porta della propria carrozza. Il passeggero giapponese neppure

considera l'ipotesi di salire a bordo prima che questa vera e propria cerimonia sia terminata, dissuaso anche da morbidi cordoncini posti simbolicamente su ciascuna porta, a ricordare discretamente che l'accesso è interdetto fino alla fine del servizio”.

A proposito di trasporti, la stazione ferroviaria di Kyoto è un esempio della proiezione nel futuro del Paese. “Entrando in questa struttura si rimane affascinati dagli alberghi e dai ristoranti, dai grandi magazzini, dai punti di ristoro presenti su molti livelli, con treni e binari nelle parti più basse, anche sotto il piano strada”, prosegue il ricercatore. Sono numerose e molto curate anche le aree verdi. “Nei parchi pubblici una moltitudine di piante e fiori multicolori fa da corredo a ponticelli, stagni e ruscelli, mentre semplici composizioni di ghiaia e sassi caratterizzano i giardini zen, che propongono paesaggi ideali stilizzati favorendo la meditazione e la discussione filosofica”, conclude Gambale. “Nei parchi gli anziani spesso dipingono sui loro piccoli cavalletti, giocano a minigolf o compiono armoniosi movimenti di stretching”.

Viva il coraggio della gentilezza che trasforma il conflitto in energia

Valerio Calzolaio – 29 ottobre 2020

<https://www.strisciarossa.it/viva-il-coraggio-della-gentilezza-che-trasforma-il-conflitto-in-energia/>

Sempre, in presenza di altri. Ovunque. Che bella idea tratteggiare un sommario di regole e suggerimenti per la pratica della politica e del potere, rivolto sia a chi vuole esercitarli un poco sia a chi desidera soltanto essere un cittadino più consapevole! Si comincia e si finisce con la gentilezza, lo strumento chiave per produrre senso nelle relazioni umane e un buon metodo per affrontare e risolvere i conflitti.

Come saper usare la forza

L'incipit illustra inevitabilmente un insieme di arti che Gianrico Carofiglio, autore del libro "Della gentilezza e del coraggio", pratica da decenni, mantenendosi competente e allenato a un alto livello di qualità: le arti marziali. In molte di loro, pur con modalità diverse, il principio fondamentale d'ispirazione e tecnica ha a che fare con l'uso proprio della forza dell'avversario al fine di neutralizzare l'aggressione o l'aggressore e, in definitiva, di eliminare o ridurre la violenza del conflitto; la neutralizzazione dell'attacco non implica l'eliminazione del contendente e cerca di mostrare, comunque, nel modo più gentile possibile, che aggredirci gli è inutile e magari gli si ritorce pure contro.

Il primo consiglio è di ragionare spesso per sinonimi e contrari, scrutare le specificità rispetto a quel che si pensa, si vuol dire o scrivere. La gentilezza non corrisponde alla buona educazione, al garbo, alle buone maniere, nemmeno alla mitezza (illustrata da Bobbio), doti gradevoli e auspicabili che, tuttavia, non definiscono un significato etico proprio e che non garantiscono strumenti per disinnescare le semplificazioni che portano all'autoritarismo e alla violenza. La tecnica gentile mira a trasformare il conflitto in energia positiva quando è possibile; evitarlo quando è impossibile; renderlo più breve e meno dannoso se è inevitabile e ingovernabile. La premessa è ascoltare con mente aperta, non influenzata dai pregiudizi, dai preconcetti, dalle sovrastrutture e scegliere con coraggio di silenziare un poco l'invadenza e la rumorosità del proprio ego.

L'obiettivo è diventare un buon comunicatore, non un'efficace manipolatore.

Il grande intellettuale e karateka Gianrico Carofiglio (Bari, 1961), prima magistrato poi deputato infine scrittore a tempo esclusivo, forse oggi l'autore italiano più seguito e apprezzato, mette a disposizione di lettori e cittadini qualche gentile utilissimo consiglio per stare in società e agire in politica. Le etichette, gli schemi, le categorie precostituite aiutano la demagogia, consentono magari di vincere un'elezione, ma non di capire la realtà e influire positivamente su di essa. Sappiamo che ad alcuni va bene così, intanto vincono, lasciano poi ad altri (intelletuali intelligenti) di fare cultura e chiacchiere; allora non è male sottolineare che sopraffare gli altri non è l'unico modo per stare insieme al mondo e per promuovere individualmente trasformazioni collettive.

Ridurre il ruolo e il peso della stupidità

C'è un'alternativa allo scontro fisico e verbale, tecniche e pratiche per non far fare loro come gli pare senza accettare il loro terreno. Vale nelle sedi pubbliche e nelle relazioni private. E riduce almeno un pochino ruolo e influenza della stupidità, del cui eccessivo potere ognuno corre il rischio. I capitoli dell'agile denso volumetto scorrono veloci, chiari nello stile,

godibili nella lettura, ricchi di storie, aneddoti, citazioni, metafore, aforismi sempre ragionati, con l'essenziale riferimento a saggi, studi e ricerche (di varie discipline) ridotto ai testi prioritari. Frequente la citazione di personalità contemporanee, spessissimo Trump, in negativo ovviamente, come massimo esponente della categoria dei demagoghi bugiardi e manipolatori, pur se anche di Obama viene segnalata una argomentazione scorretta.

Dal reale di fake news vengono presi molti esempi dell'arte del complotto: come furono o sono motivati l'intervento in Iraq, l'opposizione ai vaccini, la diffusione geopolitica delle epidemie. E, nel corso del ragionamento, si prende posizione su alcuni aspetti di eventi d'attualità rispetto alla vicenda Pamela Mastropietro, alla legalizzazione delle droghe leggere, al testamento biologico e ad altre questioni di bioetica, alla teoria del diritto naturale. Il capitolo sulle fallacie descrive errori nella costruzione di un discorso (deliberati o involontari) che invalidano le argomentazioni; quello successivo sulle discussioni ragionevoli offre regole operative di autodifesa dialettica e di lettura critica dei dibattiti politici. La più importante è la coltivazione di umorismo e autoironia, una virtù connessa al valore delle verità plurali e al principio di responsabilità (che comprende anche sane paura e vergogna). La pratica della gentilezza è, dunque, una libera scelta, per esercitarla ci vuole un gran coraggio.

Odio e pericoli online / 5. La via della Gentilezza

Elena Ribet – 25 febbraio 2021

<https://www.nev.it/2021/02/25/odio-e-pericoli-online-5-la-via-della-gentilezza/>

Terza e ultima parte dell'intervista all'avv. Ilaria Valenzi, consulente legale della Federazione delle chiese evangeliche in Italia, sul ruolo dei credenti e sul bisogno di una trasformazione culturale. Valenzi: "Dobbiamo pretendere da tutti i colossi informatici un algoritmo inclusivo, interculturale, non sessista, non razzista. E bloccare a monte i messaggi di odio e non diffonderli"

Di Elena Ribet -25 Febbraio 2021

Foto J W / Unsplash

Roma (NEV), 25 febbraio 2021 – Ilaria Valenzi è consulente legale della Federazione delle chiese evangeliche in Italia (FCEI). L'avv. Valenzi ha inoltre conseguito un dottorato di ricerca in autonomia individuale e autonomia collettiva. Questa è la terza e ultima parte dell'intervista in cui abbiamo approfondito con lei i temi della sicurezza informatica e delle discriminazioni.

Abbiamo visto, nelle precedenti puntate, che la questione dell'odio e dei reati informatici è una questione complessa. Il discorso è anche culturale e sociale. È difficile divulgare un "discorso d'amore", in contrasto ai discorsi d'odio, un "love speech" anziché un "hate speech". Alcuni timidi tentativi ci sono, ma siamo circondati dall'aggressività. Violenza, razzismo e sessismo dilagano in programmi televisivi, videogiochi, nelle pubblicità, nel marketing, nel giornalismo e nel dibattito politico e pubblico. La lotta sembra farsi impari. Cosa ne pensa? Come intraprendere una via della gentilezza?

Dal 2016 la Commissione europea ha istituito un gruppo di alto livello per la lotta contro il razzismo, la xenofobia e altre forme di intolleranza, cui partecipa anche l'Italia. Sono stati sottoscritti atti come il codice di condotta. Punire i reati è l'ultimo passo di un discorso che è, appunto, culturale.

Il codice di condotta è stato firmato da grandi colossi informatici quali Microsoft, Facebook, Twitter e YouTube. Quindi esiste un meccanismo di attivazione normativa che aiuta a creare un contorno di maggiore sicurezza giuridica rispetto al fenomeno e che consente di colpirlo in maniera più certa.

Quanto ai concetti di gentilezza e aggressività, siamo di fronte a un problema gravissimo. Ci siamo accorti, negli ultimi anni, di quanto l'odio sia esplosivo. E di quanto si siano fatti passi indietro, rispetto a quello che ritenevamo socialmente accettabile, o inaccettabile, collettivamente.

Come è accaduto, secondo lei, che l'odio dilagasse in questo modo?

Veniamo da un lungo periodo politico che ha soffiato sul fuoco, facendo dell'odio uno strumento di propaganda. Questo ha consentito un'apertura verso i più bassi istinti delle persone. Vuoi per emulazione, vuoi per un diffondersi generale del senso di impunità. Questa idea di impunità è legata al fatto che certi rappresentanti politici hanno legittimato certi comportamenti.

L'hate speech è aumentato, non solo rispetto alle migrazioni, ma anche rispetto ad altre categorie di persone, perché si è creato un atteggiamento mentale di legittimazione. Per cui chi è diverso è un target, un obiettivo, un bersaglio da colpire.

Cosa si può fare per contrastare l'odio online? E quali sono i meccanismi informatici sui quali possiamo agire?

Serve un intervento sociale e culturale, a livello anche di ricerca scientifica.

È un livello che fatica ad emergere. Si tratta di un processo che studia le forme di contrasto all'odio, ad esempio tramite il controllo degli algoritmi razzisti. Tutti i nostri dati personali, i big data, confluiscono dentro trasmissioni di algoritmo che veicolano messaggi razzisti e xenofobi.

L'algoritmo di per sé è programmato a priori in modo non inclusivo. Dobbiamo pretendere da tutti i colossi informatici un algoritmo inclusivo, interculturale, non sessista, non razzista. E bloccare a monte i messaggi di odio e non diffonderli.

Su quali altri piani è auspicabile intervenire affinché si sviluppi una maggiore coesione sociale?

È importantissimo un lavoro nelle scuole, nei luoghi di aggregazione sociale, dove le persone si mischiano. Spazi fertili, dove ci siano condivisione, formazione, progetti e diffusione di un pensiero altro, di un pensiero diverso. Nel nostro linguaggio e nella nostra vita deve entrare una narrazione fondata non sull'attacco al diverso, ma sull'individuazione di se stessi come esseri complessi, sfaccettati. Riconoscere se stessi e gli altri come elementi diversi fra loro permette alle persone di capire che l'altro, gli altri, come te, come noi, insomma ciascuno, ha la sua storia. Storie diverse, che devono emergere insieme, a dispetto dei contrasti che una narrazione unica ci racconta. La narrazione unica porta solo esclusione e supremazia.

Cosa dovrebbero fare le chiese?

Le chiese dovrebbero, dal mio punto di vista, lavorare in maniera sempre più forte sull'essere luoghi di accoglienza. Essere percepite dalle persone come luoghi sicuri. Luoghi dove ci si può esprimere con le proprie diversità.

Chiese che accolgono vuol dire accoglienza indiscriminata, intorno a una predicazione che sia sempre inclusiva.

In che modo la predicazione può essere più inclusiva?

Una predicazione deve essere inclusiva nel linguaggio, nel tipo di teologia che esprime, nelle letture della bibbia. Una chiesa inclusiva è dove si ascoltano messaggi diversi. Una chiesa che si oppone, con i suoi strumenti, alle narrazioni escludenti e razziste.

L'elemento più forte delle chiese è proprio quello della predicazione.

Attraverso la lettura della Bibbia con gli occhi della diversità e della complessità.

Le chiese dovrebbero essere anche, secondo me, non solo luoghi di predicazione pura, ma anche di predicazione attraverso le azioni. Azioni che rafforzino l'advocacy su questi temi. Azioni che rappresentino messaggi sociali e che possano contaminare di gentilezza il mondo che ci è intorno.

Cosa possono fare i singoli credenti, in particolare dal punto di vista protestante?

La particolarità di essere minoranza sta anche nella forza di poter essere ostinatamente in senso contrario, diverso da quello che il mondo ci propone. Questo vale non solo per le chiese, ma anche per i singoli credenti; perché Dio ce lo chiede, a mio avviso.

Serve un impegno collettivo e personale. Bisogna lavorare sui propri pregiudizi, scardinarli, accettare se stessi con le proprie particolarità e accettare così quelle delle altre persone.

Per essere credenti inclusivi bisogna mettersi in discussione continuamente.

Gentilezza e generosità in luoghi inaspettati

Daniele Di Noa – 22 novembre 2021

<https://www.antennedipace.org/2021/11/22/gentilezza-e-generosita-in-luoghi-inaspettati/>

“Mi sono affezionato a questa grande famiglia che trovava sempre il modo di venirsi e venirti incontro”: così Daniel descrive la Capanna di Betlemme di Chieti dove ha svolto servizio civile fino alla partenza per il Cile, dove si trova ora.

Scritto da Daniel Di Nola, Casco Bianco in servizio civile con Apg23 a Santiago del Cile

Sono Daniel Di Nola e sono un Casco Bianco. Almeno fino al prossimo giugno. La mia esperienza di servizio civile finora è stata molto diversa da come me l'ero immaginata. Ma andiamo con ordine, perché fare chiarezza in questo periodo incerto è forse l'unico modo per mantenere un equilibrio.

Sono un ragazzo di 26 anni che ha terminato gli studi in Psicopatologia, una magistrale di Psicologia, ed ho sentito che era il momento di dare una svolta.

Per questo ho cercato un progetto che mi potesse interessare nel bando del Servizio Civile Universale.

Ho capito che per me era arrivato il momento di sperimentarmi in un contesto diverso da quello in cui sono cresciuto e ho cercato di coniugare questa necessità con la possibilità di accrescere la mia esperienza clinica e di poter offrire un aiuto a chi ne avesse bisogno. Ma soprattutto credo che la motivazione più forte sia quella di conoscermi, conoscendo gli altri.

Dopo essermi candidato per un progetto di servizio civile caschi bianchi a Santiago del Cile, proposto dall'associazione Comunità Papa Giovanni XIII, ho aspettato con ansia l'esito del colloquio per sapere se la mia vita sarebbe cambiata con questa esperienza di un anno fuori. Scopro di non essere stato preso, di poco. Chiaramente deluso perché sentivo di aver investito emotivamente molto in questo progetto mi concentro su situazioni più pressanti ed incombenti come l'esame di stato per abilitarmi. Dopo circa un mese e mezzo ricevo la chiamata che sono subentrato, alcuni ragazzi a causa dell'incertezza visto il Covid avevano rinunciato. Decido di accettare.

Dopo settimane in cui la formazione pre-partenza avveniva tramite lezioni online abbiamo avuto la possibilità per 5 giorni di fare una formazione a San Marino con tutor e ragazzi indirizzati in molte parti del mondo.

È stata un'esperienza molto intensa e arricchente che mi ha dato la possibilità di acquisire nuove conoscenze e tecniche per stare in relazione, ma soprattutto la possibilità di conoscere ragazzi particolarmente stimolanti.

Ogni casco bianco che ho conosciuto mi spingeva a considerare punti di vista nuovi su quello che saremmo andati ad affrontare.

Una volta finita la formazione in presenza però piano piano hanno incominciato a sommarsi problemi. Il primo è stata l'incertezza della data della partenza e poiché le frontiere erano chiuse siamo stati bloccati. Ci è stato detto che per meglio adattarci alla vita che avremmo fatto a Santiago e nelle rispettive destinazioni ci avrebbero mandato in delle case famiglie in Italia per due settimane, nel frattempo avremmo dovuto portare avanti le pratiche burocratiche per la partenza.

In realtà io sono finito per varie vicissitudini a Chieti, in Abruzzo. In una struttura chiamata

capanna di Betlemme. Questo luogo offre la possibilità a numerose persone con diverse difficoltà di vivere in comunità e di contribuire al benessere reciproco lavorando all'interno della struttura. Gli utenti accolti dalla comunità sono principalmente persone senza tetto, ma ci sono anche giovani donne vittime di tratta con i propri figli, utenti psichiatrici, persone che stanno scontando una pena alternativa al carcere.

Una moltitudine di persone con storie di vita diverse ma accomunate dalla necessità di un posto che dia loro riparo e sostentamento.

Inizialmente sono arrivato senza assolutamente sapere cosa avrei potuto o dovuto fare, ma nello spirito della Comunità, dopo avermi fatto vedere la mia stanza, sono subito stato messo al lavoro e con altri utenti e un operatore abbiamo incominciato a darci da fare in magazzino. I lavori da fare erano numerosi e la struttura tutto sommato sembrava una macchina ben oliata. Gli utenti distribuiti in diversi gruppi con compiti specifici avevano degli orari di riposo e orari di lavoro mentre i pasti si consumavano tutti insieme.

C'era chi stava in cucina, chi si occupava di pulire, chi di aiutare con la manovalanza. Ognuno aveva qualcosa da fare. Il responsabile, con cui mi sono trovato molto bene, era aiutato nella gestione della struttura da 3-4 operatori e da qualche ragazzo in servizio civile che venivano a turno. Io che vivevo lì, ho potuto col tempo conoscere a fondo i ragazzi di Chieti. Dico ragazzi perché anche se l'età variava dai 30 ai 70, per il ritmo a cui andavano sembravano dei ventenni! Mi sono affezionato a questa grande famiglia che nonostante i vari momenti disfunzionali e di litigi, trovava sempre il modo di venirsi e venirti incontro. Un luogo dove meno ti aspetti la gentilezza e la generosità, ma dove ne trovi esempi profondi. Come ad esempio un ragazzo che viene da un passato in strada di criminalità e si è preso a cuore un signore straniero in sedia a rotelle, ed ora lo aiuta a lavarsi e lo accompagna nei momenti di difficoltà.

Comunque il tempo sembrava scorrere ma la mia mente purtroppo era presa dallo sconforto nel sapere tutte le difficoltà che si incontravano nello sbloccare la partenza.

Ad un certo punto ci fanno tornare a casa, poiché sembra che non ci sia più nulla da fare e che il progetto debba essere congelato. Ed è proprio in quel momento che arriva una circolare del Dipartimento che riapre le speranze e le frontiere, e ci garantisce la partenza. Quest'ultime settimane non sono state facili, ma ormai ci manca poco e non vedo l'ora di affrontare questa nuova esperienza, mantengo le aspettative basse e la voglia di aiutare alta.

Speriamo!

Antropologia della Gentilezza: l'aggressività è solo un risultato dell'educazione

Ashley Montagu – 15 ottobre 2022

<https://larivistaculturale.com/2022/10/15/antropologia-culturale-sociologia-aggressivita-gentilezza/>

Molto è stato scritto sull'aggressività, ma assai poco sulla non-aggressività, sulla gentilezza. E il poco che è stato detto sull'argomento, tranne alcuni studi di psicologi e di antropologi che hanno lavorato sul campo, era raramente basato su risultati di ricerche. Negli ultimi anni un certo numero di autori hanno riesumato l'ipotesi che gli esseri umani siano universalmente aggressivi, anzi che essi lo siano per istinto. La loro ipotesi ha suscitato una buona dose di interesse e di approvazione sia tra i lettori sia tra alcuni scienziati. Ma ha anche suscitato molte critiche da parte di studiosi del comportamento animale e umano. Nel volume *Il buon selvaggio*. Educare alla non-aggressività, uscito da poco per Eleuthera si dimostra, nei diversi casi studiati, che il carattere non-aggressivo è il prodotto culturale di un'educazione affettuosa e non punitiva tesa al controllo dell'ira, della paura, dell'ostilità. E' quindi un'educazione intenzionalmente indirizzata al comportamento cooperativo e non-aggressivo che produce individui e società coerentemente non-aggressive e cooperative.

Gli «innato-aggressivisti» – come io definisco coloro che ritengono che l'aggressività sia universale e innata, ad esempio Konrad Lorenz, Niko Tinbergen, Robert Ardrey, Desmond Morris, Anthony Storr e altri – danno per scontato che tutte le società umane si conformino all'opinione che essi ne hanno, vale a dire che tutte le società umane siano aggressive. Si dà invece il caso che ciò, semplicemente, sia falso.

Molte società umane non possono essere classificate come aggressive. E vi sono molti individui nelle società aggressive che non sono aggressivi e che anzi sono contrari a qualunque forma di comportamento aggressivo. Molte società che sembrano aggressive sono, in realtà, composte da individui che per lo più non sono abitualmente aggressivi. La maggior parte della gente nelle società «civili» viene coinvolta nelle guerre non perché si senta aggressiva nei confronti di quello che viene socialmente definito come il «nemico», ma perché i suoi leader – che a loro volta raramente sono motivati da sentimenti aggressivi – ritengono necessario fare la guerra. E una tale convinzione non ha assolutamente nulla a che vedere con sentimenti universali o con istinti, ma per lo più con necessità politiche.

Quando ci si riferisce a società aggressive dev'essere ben chiaro se ci riferiamo ad aggressività interna o esterna al gruppo. Vi sono, ad esempio, società in cui l'aggressività esterna – verso altri gruppi – è molto elevata ma in cui al contrario l'aggressività interna al gruppo è molto bassa, come in molte popolazioni della Nuova Guinea. Vi sono alcune società in cui è molto alta sia l'aggressività interna sia quella esterna, come tra gli Yanomami. Vi sono poi società in cui sono molto basse entrambe le forme di aggressività, come tra i Toda dell'India meridionale; e vi sono infine società in cui non esiste aggressività né interna né esterna al gruppo.

Di fronte al rinnovato dibattito sulle società aggressive ci è dunque parso utile cercare di evidenziare quali fattori fanno sì che alcune società siano più o meno aggressive di altre. A questo scopo abbiamo chiesto ad alcuni antropologi, che hanno lavorato direttamente sul campo, di esporre i risultati delle loro ricerche per quanto concerne specificamente l'aggressività e la non-aggressività in società non-letterate di loro conoscenza.

Ci sono numerose società che spiccano per la loro non-aggressività. Fra queste, i Punan del

Borneo, gli Hadza della Tanzania, i Birhor e i Toda dell'India meridionale, i Veddah di Ceylon, gli Arapesh della Nuova Guinea, gli aborigeni australiani, gli Yamis dell'isola dell'Orchidea, al largo di Taiwan, i Semai della Malesia, i Tikopia del Pacifico occidentale, i Dayak dell'interno di Sarawak, i Lepchas del Sikkim, gli indiani Papago, gli Hopi, gli Zuni e in genere le tribù Pueblo, i Tahitiani e gli Ifaluk del Pacifico.

Vi sono peraltro poche società in cui non sia presente una qualche forma di comportamento aggressivo, magari lieve. Il campo di variazione è, comunque, estremamente ampio. La variabilità e l'assenza di uno stereotipo suggerisce l'ipotesi che il comportamento violento sia in gran parte appreso.

Come si potrebbe altrimenti dare ragione delle spiccate differenze nell'espressione della violenza? Il ricorso all'istinto o ai geni non regge un esame critico; il riduttivo «nient'altro che» dei biologici estremi e, per converso, degli ambientalisti estremi porta solo a una gran confusione. Lo sviluppo del comportamento aggressivo, sia negli animali sia negli esseri umani, dipende, in ogni sua fase, da una complessa interazione tra geni e ambiente, in cui però l'esperienza sociale gioca un ruolo centrale.

I dati di fatto suggeriscono l'ipotesi che, come conseguenza della selezione naturale in quell'ambiente peculiare in cui gli umani hanno vissuto la parte principale della loro storia evolutiva, essi siano diventati polimorficamente educabili. Gli esseri umani possono imparare praticamente tutto. Tra l'altro, possono imparare a essere pressoché completamente non-aggressivi. La costituzione genetica umana non va assolutamente vista come un equivalente della dottrina teologica della predestinazione. Qualunque siano o possano essere le potenzialità aggressive umane, è chiaro che le manifestazioni di aggressività dipenderanno in larga parte dagli stimoli ambientali che riceveranno. Se, come crediamo, è così, c'è di che essere ottimisti, perché se si riesce a capire le condizioni che producono il comportamento aggressivo, si può sperare che cambiando tali condizioni si possa controllare il manifestarsi e lo svilupparsi di tale comportamento.

I saggi presentati in questo volume costituiscono, individualmente e collettivamente, un contributo originale e prezioso alla nostra comprensione delle condizioni che producono l'aggressività in società diverse e di come le manifestazioni d'aggressività possano essere controllate. Bisogna tenere distinti i fatti dalle teorie. In questo libro ci si occupa di fatti, fatti che rivestono per noi un'importanza particolare, non solo perché gettano luce sulla validità delle teorie ma anche perché ci consentono di andare a fondo di rapporti sociali da cui il nostro mondo occidentale ha molto da imparare.

Nei dibattiti sull'aggressività assai frequentemente il termine non viene adeguatamente definito. Si dà per scontato che tutti sappiamo che cos'è l'aggressività. In realtà vi sono tali e tanti tipi di comportamento definibili come aggressività che è necessario stabilire sempre in modo inequivocabile a quale genere di aggressività ci si sta riferendo. Nei saggi inclusi nel presente volume ci si riferisce a più di un tipo di aggressione. Tutti però possono essere compresi – più che definiti – in una categoria generale in quanto comportamento finalizzato a infliggere dolore fisico o psichico ad altri. Tale dolore può limitarsi al portare via uno stecco o un giocattolo, oppure può significare infliggere una ferita corporale più o meno grave.

L'aggressività, seppure limitata a nient'altro che un sentimento, è probabilmente qualcosa che la maggior parte degli esseri umani ha vissuto e manifestato.

La questione che ci interessa in questo volume è come mai alcune società siano così poco aggressive rispetto ad altre. Quali sono le condizioni che favoriscono l'aggressività negli individui e nella società? Come fanno talune società a tenere sotto controllo il manifestarsi dell'aggressività? E, infine, in quali condizioni gli individui delle società non-aggressive tendono a diventare aggressivi? Alcune risposte a queste domande sono fornite dalle pagine che seguono.

Margaret Mead fu, molti anni fa, il primo antropologo a indagare sulle origini dell'aggressività in società preletterate. Nel suo studio Sesso e temperamento (il Saggiatore) evidenziò l'esistenza in tre società primitive di una forte correlazione tra pratiche educative dell'infanzia e successivo sviluppo della personalità. Il bambino che era fatto oggetto di molta attenzione, quello i cui bisogni venivano prontamente soddisfatti, come tra gli Arapesh della Nuova Guinea, diventava un adulto gentile, cooperativo, non-aggressivo. D'altro canto, il bambino cui veniva data un'attenzione superficiale e intermittente, come tra i Murdugomor – sempre della Nuova Guinea – diventava un adulto egoista, non-cooperativo, aggressivo.

Successive ricerche tra popoli sia preletterati sia civilizzati hanno sostanzialmente confermato questa correlazione. Lo stesso vale per gli studi pubblicati in questo volume.

Oggi è risaputo che la grandissima maggioranza di coloro che picchiano i bambini sono stati a loro volta picchiati o trascurati quando erano bambini.

È risaputo che coloro che sono stati emozionalmente deprivati da bambini probabilmente diventeranno adulti aggressivi. Ed è anche risaputo che chi da bambino ha ricevuto adeguatamente dell'affetto assai probabilmente diventerà un adulto affettuoso e non-aggressivo¹⁰.

Sembrerebbe che, seppure le potenzialità aggressive esistano in tutti gli esseri umani sin dalla nascita, tali potenzialità restino tali a meno che non vengano organizzate dall'esperienza in comportamenti aggressivi. Questo appare particolarmente evidente nel contributo di Sorenson sui Fore della Nuova Guinea. Il comportamento aggressivo non è determinato da elementi innati più di quanto lo sia quel comportamento che chiamiamo linguaggio.

Senza le potenzialità innate per il linguaggio non impareremmo mai a parlare, per quanto stimolante possa essere l'ambiente, in termini di linguaggio per l'appunto. Ma senza un ambiente di «parlanti» non impareremmo mai a parlare poiché, per quanto se ne abbiano le potenzialità innate, perché si parli bisogna che ci si parli e che si viva in un ambiente di linguaggio. Gli esseri umani palesemente sono – come ho detto – polimorficamente educabili, capaci cioè di imparare qualunque cosa si possa imparare. Il che non significa che essi nascano come *tabulae rasae lockiane*, nere lavagne su cui l'ambiente scrive le sue istruzioni comportamentali.

Quello che la realtà conosciuta sembra indicare è che non ci sono modelli operativi prefissati, non ci sono «istinti» che determinano la spontanea comparsa dell'aggressività oppure il suo scatenarsi a partire da un determinato stimolo. Ciò che può sembrare una reazione «scatenata», «automatica», «prefissata», «stereotipata» a uno stimolo può essere in realtà qualcosa di assai diverso. Accade spesso che vi siano, tra le condizioni che determinano il comportamento, elementi di apprendimento che possono essere visti solo se li andiamo a cercare. Questo può significare, in pratica, evitare che si verifichino nella vita del bambino quelle situazioni che tenderebbero a produrre comportamenti aggressivi. O qualora tali situazioni si producano, percepirne il comportamento conseguente non com'è consueto tra noi occidentali, bensì come esempio di gioco fisico esplorativo, con relativa soddisfazione sensoriale per i soggetti implicati, come avviene tra i Fore. Fra costoro, comportamenti di tal genere sono sempre consentiti, ma assai raramente finiscono in liti o scontri. Come dimostra Sorenson, l'aggressione tra i Fore non si scontra con una controaggressione, ma con una giocosità e con un'allegria cui ben presto l'«aggressore» finisce per unirsi.

Uno dei modi in cui gli individui affrontano situazioni che minacciano di esplodere in manifestazioni di rabbia o di violenza è spesso, assai semplicemente, quello di allontanarsene, e in alcuni casi ciò può significare aggregarsi a un altro gruppo. È stato anche ipotizzato che tutto il continuo brontolare, lamentarsi, battibeccare, sproloquiare dei Boscimani sia un modo per mantenere l'aggressività a livelli tollerabili. La stessa ipotesi è stata avanzata per l'analogo comportamento dei Pigmei della foresta Huri (Africa centrale), tra i quali picchiare la moglie,

bisticciare e gridare potrebbe servire a tenere sotto controllo il manifestarsi del comportamento aggressivo.

Tali ipotesi traggono origine dalla concezione popolare della aggressività umana come «sfogo» compendiata nell'espressione *letting off steam* [letteralmente: lasciare scaricare il vapore]. Il che è noto anche come modello energetico idraulico, in quanto assimila l'aggressività alla crescente pressione del vapore in una caldaia. Il modo per impedire che la pressione del vapore cresca fino a far scoppiare la caldaia è di lasciarne uscire un po', attraverso una valvola di sicurezza, così da tenere la situazione sotto controllo.

L'unico problema di questo grazioso modello dell'«energia» aggressiva è che non c'è alcunché di simile in alcun sistema nervoso di organismi conosciuti.

Il difetto dei modelli energetici è che tendono a identificare gli impulsi psichici con energie fisiche pronte a scaricarsi in azioni fisiche per «ridurre» la «pressione» e così «concludere» il comportamento. Questi modelli trascurano il fatto che normalmente il comportamento viene «concluso» quando si modifica la struttura degli stimoli che l'hanno messo in moto.

Vi sono prove schiaccianti che la manifestazione dell'aggressività porta non a una sua riduzione bensì a un suo rafforzamento. Konrad Lorenz e gli altri innato-aggressivisti non fanno che confondere i termini del problema quando affermano che «in tempi preistorici la selezione intraspecifica inserì nell'uomo una certa dose d'aggressività per la quale non riesce a trovare uno sbocco idoneo nell'attuale ordine sociale». Né gli individui né le società hanno bisogno di «sbocchi» per il comportamento aggressivo.

Quanto risulta in modo evidente dallo studio di gran parte delle culture preletterate è che a esse non solo dispiace profondamente il manifestarsi della violenza, ma che anzi lo temono moltissimo, e sono generalmente grate a chi ne fa cessare il pericolo. Lungi dal cercare «sbocchi» alla violenza, la violenza stessa è spesso un comportamento freddo e ragionato anziché una manifestazione emotiva. È l'ostentata minaccia della violenza, più che la violenza di per sé, che conta maggiormente in tali occasioni; un po' secondo il senso implicito nell'antica massima: «Se vuoi la pace, sii pronto a fare la guerra». La gioia con cui molti popoli preletterati hanno volentieri rinunciato a combattere, a raziare, a fare la guerra è una prova formidabile contro la pretesa che l'aggressione sia un piacere in sé.

Come indicano i saggi presentati nell'antologia *Il buon selvaggio*, qualunque siano le nostre potenzialità aggressive genetiche, una precoce induzione al comportamento cooperativo, e per converso la dissuasione da ogni comportamento aggressivo o assimilabile, serve a rendere un individuo (o una società) sostanzialmente non-aggressivo e cooperativo. Se le cose stanno così, la lezione, penso, è chiara.

#Albait. I signori passeggeri pretendano Gentilezza

Claudio Mec Melchiorre – 10 novembre 2023

<https://opinione.it/societa/2023/11/10/claudio-mec-melchiorre-vittorio-emanuele-parsi-gentilezza-arroganti-mafie-tassazione/>

La vita di ciascuno, che sia politica, sociale ed economica si svolge in compagnia di tutti gli altri. Siamo tutti insieme in un mezzo di trasporto che non ci soddisfa molto, al momento. Si sente, quasi palpabile la rabbia di dover effettuare questo viaggio tutti insieme. Ma è una rabbia mal riposta.

O meglio, mal direzionata. Non tempestiva. Vittorio Emanuele Parsi ha coniato una bella definizione per i sistemi democratici. Per lui le democrazie sono “il sistema più gentile per governare”.

L'idea della gentilezza è originale ed allo stesso tempo efficace per disegnare l'essenza della nostra vita quotidiana. Ovviamente, alla gentilezza ci si può abituare. Un energumeno potrebbe addirittura approfittare della gentilezza altrui per schernirla, all'occorrenza. È un tema caldissimo che riguarda tanto la gestione della vita privata nostri affari personali, del proprio Paese, ma anche di quelli internazionali.

L'Italia è stato sicuramente un Paese gentile, nonostante tutti i suoi travagli.

Abbiamo sfiorato la guerra civile almeno tre volte, dal 1943 al 2000. Ma non siamo mai arrivati a tanto. La gentilezza delle istituzioni ha avuto la meglio. È stato trovato, cioè, un accordo pacifico. Da quando lo spettro della crisi istituzionale è sparito, lo Stato ha cominciato immediatamente ad essere scalato con piglio meno gentile. Come quegli energumeni che pretendono di approfittare della gentilezza altrui.

A quella protervia, hanno risposto non le gentili organizzazioni intermedie, ma la protervia delle organizzazioni quasi criminali e criminali vere e proprie. Il risultato è stato una ulteriore riduzione di gentilezza. Fino ad avere gli attuali poteri senza quasi controllo e bilanciamento. Il rischio dell'arroganza, opposto alla gentilezza, può essere drammatico. Cosa accade quando gli arroganti si moltiplicano?

L'equilibrio dei poteri si sposta verso la forza. E allora c'è chi chiede sempre maggiore forza per contrastare l'arroganza che dilaga e ancora la moderazione istituzionale diventa sempre meno gentile. Il risultato è collaborare coi nemici della gentilezza.

Se gentilezza equivale a democrazia, istituzioni parlamentari funzionanti, magistratura indipendente e libera da interessi privati, forze di polizia autorevoli e ben accette, l'assenza di gentilezza è l'arbitrio, l'offesa, l'abuso di potere e persino la vigliaccheria del potere che si assoggetta ai voleri delle mafie che tolgono la maschera e diventano istituzione. Se il gioco non è più gentile, che bisogno hanno le mafie di nascondersi?

Il principio della gentilezza va usato contro la tassazione eccessiva, la magistratura che perde credibilità, le forze di pubblica sicurezza demotivate, la conquista del potere con metodo mafioso degli aggregati che si ritengono potenti e al di sopra di tutti. Il compito istituzionale dei gruppi dirigenti è farci tornare alla capacità di risolvere le crisi con gentilezza e grande efficacia. Le cose vanno di pari passo.

Nelle stazioni e negli aeroporti dovremmo chiedere di inserire l'annuncio:

“I signori passeggeri sono pregati di chiedere gentilezza alle istituzioni”.

Altrimenti ci arrabbiamo.

Contro bullismo e violenza, arriva l'assessora alla Gentilezza

Simona Sirianni – 26 febbraio 2024

<https://www.iodonna.it/attualita/costume-e-societa/2024/02/26/contro-bullismo-e-violenza-arrivano-assessori-alla-gentilezza/>

L'iniziativa del Comune di Montebello nasce per contrastare, soprattutto tra le nuove generazioni, fenomeni violenti come le baby gang e il bullismo.

Esiste anche una rete nazionale degli assessori alla Gentilezza

Montebello Vicentino avrà la sua prima assessora alla gentilezza: si chiama Mirka Pellizzaro ed è già assessora all'istruzione, al sociale, alle politiche giovanili e alla parità di genere del comune in provincia di Vicenza e da poco, è diventata anche assessora contro i fenomeni di violenza come il bullismo. «La gentilezza è un gesto semplice ma potente in grado di creare un impatto sulla nostra salute mentale e sulle relazioni che intratteniamo – ha commentato Pellizzaro dopo la nomina – Chi la pratica dona benessere, perché le sensazioni positive aiutano a migliorare i rapporti con gli altri, ma soprattutto con noi stessi, e ad accrescere la qualità della vita».

A Montebello Vicentino la prima assessora alla Gentilezza

L'iniziativa del Comune di Montebello nasce dopo l'invito rivolto alcuni mesi fa a tutti i comuni vicentini dalla vicepresidente della provincia di Vicenza, Maria Cristina Franco, di promuovere iniziative che valorizzino la gentilezza «come forma di intelligenza», in modo da contrastare, soprattutto tra le nuove generazioni, fenomeni violenti come le baby gang e il bullismo. Fondamentale, allora, che la gentilezza entri nelle scuole, che se ne parli e, soprattutto, che la si pratichi.

Cosa fanno

Gli assessori alla Gentilezza sono un riferimento per bambini e ragazzi; si occupano di buona educazione, del rispetto verso il prossimo e la cosa pubblica, del prendersi cura di chi soffre che siano persone malate o persone sole o in difficoltà come chi ha perso il lavoro, i disabili, gli anziani, i genitori separati con figli. Cercano di accrescere lo spirito di Comunità, oltre che favorire l'unità della comunità, E, infine, di coinvolgere i propri concittadini e le associazioni in iniziative di cittadinanza attiva per il bene comune.

Quali impegni devono rispettare

«Ringrazio per questo importante ulteriore compito – ha detto ancora Pellizzaro – soprattutto per il significato che a quest'ultima viene attribuito.

È una responsabilità assumere e mantenere atteggiamenti atti a infondere il valore della gentilezza, compiere comportamenti e azioni costruttive e positive nell'ottica, sempre, del rispetto altrui».

La rete nazionale degli assessori alla Gentilezza

In tempi dove i toni alti e aggressivi dominano, i leoni da tastiera pure e nella vita di tutti i giorni le tensioni sociali non mancano di certo, Vicenza è entrata a far parte dell'associazione Cor et Amor che coordina il progetto nazionale

di Costruiamo Gentilezza, alla cui attuazione partecipa le rete nazionale di Assessori alla Gentilezza: «Sono oltre 210 i Comuni in Italia ad avere attivato la delega alla gentilezza» spiega il Presidente Luca Nardi.

Il primo Comune in Italia a dire sì all'iniziativa

L'idea di creare la figura dell'assessore alla gentilezza é nata nel 2018 dal gioco "il capoclasse gentile" condiviso con l'associazione Cor et Amor da una classe della scuola primaria di San Giovanni in Fiore, in provincia di Cosenza in Calabria. L'associazione Cor et Amor aveva quindi inviato a tutti i sindaci del Canavese, in provincia di Torino l'invito ad attivare la delega alla gentilezza. Il primo che ebbe il coraggio di attivarla fu il Sindaco di Rivarolo Canavese. La prima assessora alla gentilezza a essere stata nominata era stata Lara Schialvino.

Gentilezza: un'arma potente contro l'aggressività dilagante

Giovanna Quarta – 30 marzo 2024

<https://www.corrierepl.it/2024/03/30/gentilezza-unarma-potente-contro-laggressivita-dilagante/>

In un mondo che sembra dominato dalla competizione, dalla discordia e dall'aggressività, la gentilezza rimane una forza trasformativa, un faro di speranza che illumina il cammino verso una società migliore.

L'influenza dei media sulla società, in particolare sui giovani, è un tema di crescente preoccupazione. Molto spesso ci si chiede quali siano gli effetti dell'esposizione a contenuti violenti nei programmi televisivi, nei videogiochi e nella musica sullo sviluppo di comportamenti aggressivi. Le ricerche condotte negli ultimi decenni hanno prodotto risultati sorprendenti.

Una serie di studi ha evidenziato che la violenza dei media può influenzare nel lungo periodo attraverso l'acquisizione di modelli aggressivi duraturi, noti come "scripts", che portano alla desensibilizzazione nei confronti della violenza stessa.

L'esposizione costante alla violenza nei media può portare ad un fenomeno di assuefazione, dove ci si abitua gradualmente alla presenza e alla rappresentazione della violenza. Come esseri umani, siamo inclini all'abitudine fin dai primi stadi della vita, quando rispondiamo agli stimoli con reazioni fisiche. Tuttavia, con il passare del tempo, ci adattiamo a tali stimoli e la nostra risposta si attenua. Anche di fronte alla violenza nei media, tendiamo ad assimilare tali contenuti come parte della normalità, anche se potremmo preferire il contrario. Più i media espongono alla violenza, maggiore è l'effetto di assuefazione alla stessa. Ci si abitua anche alla violenza e l'abitudine intensifica la risposta a un determinato stimolo quando questo non è più una novità.

Nonostante ciò, l'uomo conserva la capacità di distinguere tra eventi e di valutare cognitivamente le situazioni.

I dati statistici indicano un graduale decremento dei delitti contro la persona, come omicidi e rapine, mentre si osserva un aumento di reati come bullismo, cyberbullismo e coinvolgimento in baby gang, soprattutto nell'età scolare.

In conclusione, mentre i media continuano a essere un terreno di dibattito per la loro rappresentazione della violenza, è fondamentale riconoscere il ruolo della famiglia, come prima agenzia educativa che, in alleanza con la scuola, contrasta la trasmissione di modelli aggressivi e violenti.

Educare i giovani al rispetto e alla gentilezza rimane una priorità per costruire una società migliore.

In una società sempre più connessa, ma paradossalmente distante, i social media spesso amplificano la logica della prepotenza, premiando chi urla più forte e mettendo a tacere chi porta messaggi di differenza e compassione.

Eppure, la gentilezza non è solo un atto di debolezza, ma un'arma potente che può ribaltare il paradigma delle relazioni umane.

Nel turbine frenetico della vita moderna, sembra che la gentilezza sia diventata una virtù dimenticata, un'antica reliquia in un mondo governato da rapporti ostili e da un'aggressività dilagante.

Specialmente tra i giovani, l'individualismo e la difesa estrema della propria soggettività hanno alimentato un egocentrismo che spesso sfocia nell'aggressività. Tuttavia, la gentilezza

può essere vista come un atto rivoluzionario, un modo per costruire connessioni e favorire un ambiente di comprensione reciproca.

Le ricerche scientifiche confermano che la gentilezza ha un impatto significativo sulla salute mentale, migliorando il benessere sia di chi la pratica che di chi la riceve. Riduce lo stress, migliora l'umore e promuove un senso generale di felicità, diventando così un alleato prezioso in un'epoca in cui la salute mentale è diventata una priorità.

Nel mondo digitale, dove le parole possono avere un impatto duraturo, la gentilezza può prevenire la diffusione dell'odio e contribuire a creare un ambiente virtuale più inclusivo e sano.

Un gesto gentile può avere un effetto a cascata, influenzando positivamente coloro che entrano in contatto con esso e contribuendo a una comunicazione più armoniosa e compassionevole.

Empatia, rispetto e generosità sono tutti elementi essenziali della gentilezza e integrarli nelle nostre azioni quotidiane è una scelta potente, che ci avvicina a un futuro in cui la connessione umana e la solidarietà sono al centro della nostra esistenza.

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA ED INTELLIGENZA EMOTIVA

La gentilezza è strettamente legata alla intelligenza cognitiva ed emotiva, del resto essenzialmente essere gentili significa “essere”.

Quando una buona abitudine è acquisita nell'essere, nell'interiorità, non può che costruire il bene. Dovremmo sempre pensare che anche un piccolo gesto può portare grandi cambiamenti: la gentilezza è contagiosa e quando la riceviamo vorremmo subito ricambiarla.

Tutti possiamo dare un contributo importante per permettere che la nostra società evolva verso relazioni più umane, dove l'attenzione all'altro non sia l'eccezione ma la normalità.

La base di un cervello sano è la bontà e puoi allenarla.

Secondo la scienza, c'è un legame tra gentilezza e intelligenza. A dirlo è uno studio realizzato da Richard Davidson, ricercatore in Neuroscienze affettive al Center for Healthy Minds dell'Università del Wisconsin-Madison. La ricerca si fonda sulle basi neurali delle emozioni e sui metodi per promuovere la crescita umana, come la meditazione e le pratiche contemplative. Si dimostra come le persone gentili siano meglio dotate di intelligenza emotiva.

Essere gentili è uno stato dell'animo umano, qualcosa di intrinseco ma che se non coltivato, può essere sovrastato da altro, egoismo, superficialità, indifferenza, giudizio.

La gentilezza è un sentiero neurale che il nostro cervello crea quando i nostri pensieri, le nostre parole e i nostri comportamenti si allineano con il nostro cuore. E visto che parliamo di cuore ecco che le emozioni entrano in gioco, per essere gentili serve coraggio, serve navigare le nostre emozioni e chiederci cosa sia veramente importante per noi, in cosa possiamo davvero fare la differenza per noi, per chi ci osserva e per le generazioni future.

La grande Maya Angelou diceva: “Sii un arcobaleno nella nuvola di qualcun'altro”.

La Gentilezza: espressione di forza e determinazione

Spazio Connessione

<https://spazioconnessioni.it/la-gentilezza-espressione-di-forza-e-determinazione/#:~:text=La%20gentilezza%20%C3%A8%20una%20forza%20elaborata>

Chi vive all'insegna della gentilezza matura un atteggiamento positivo incondizionato nei confronti degli altri, è più resistente agli eventi critici della vita e ha più probabilità di maturare i propri talenti e realizzare obiettivi personali e professionali.

Diversi studi in ambito psicologico dimostrano che la gentilezza è correlata al benessere, alla resilienza, alla creatività e alla stabilità relazionale.

“Tenerezza e gentilezza non sono sintomo di disperazione e debolezza, ma espressione di forza e di determinazione” cit. Khalil Gibran

E' la natura umana stessa che verte verso la gentilezza: la mancanza di questa caratteristica porta inevitabilmente verso un estremo (e nocivo) individualismo.

Andiamo contro la nostra natura di esseri umani quando vediamo gli altri come perfetti estranei che non hanno niente a che fare con noi.

La gentilezza è una forza elaborata

La gentilezza è un atteggiamento estremamente elaborato e potente.

Essere gentili implica empatia, autocontrollo, sicurezza, richiede stima degli altri e consapevolezza della relazione fra l'individuo singolo e il gruppo.

In ambito di rapporti sociali rappresenta una forza enorme, che permette di ottenere molto di più rispetto alla noncuranza.

Una persona gentile possiede un'intelligenza emotiva ben sviluppata che genera una buona disposizione in chi gli sta intorno. In questo modo si promuove un temperamento positivo, che esprime affetto e considerazione per sé stesso e per gli altri, aiutando a sentirsi più equilibrati e aperti anche nei momenti di difficoltà o tensione.

I benefici della gentilezza

Essere gentili offre enormi vantaggi, scopriamo quali:

Favorisce la salute fisica: essere gentili riduce i conflitti con gli altri e con il mondo, portando a una minore produzione di cortisolo e più ossitocina (l'ormone della felicità) a disposizione del nostro organismo.

Preserva la salute mentale: un persona gentile è più equilibrata, ha un stato d'animo stabile che previene gli stati di stress e ansia. La gentilezza ci fa sentire meglio con noi stessi, ci rende più sicuri e fiduciosi.

Aiuta a costruire rapporti sociali positivi: essere meno egocentrici ci permette di entrare meglio in relazione con gli altri, essendo più collaborativi e aperti.

È un meccanismo di difesa contro la negatività degli altri: la gentilezza ha il potere di spegnere negli altri gli atteggiamenti fortemente negativi, creando una forma di scudo contro rifiuti e aggressioni morali.

ATTENZIONE: essere gentili non vuol dire essere servili!

Si tratta di un modo di comportarsi e di comunicare che dona valore a sé stessi, facendo attenzione a non imporsi su nessuno, cercando sempre di non essere ere insensibili.

Come si può diventare più gentili?

Anche essere gentili è questione di allenamento ed esperienza.

Esistono esercizi in ambito di Mindfulness che aiutano a comprendere che talvolta avere comportamenti offensivi diventa “affrontabile” se in quel momento si prende consapevolezza di essere stati scortesi. In queste situazioni la consapevolezza è la chiave di tutto, diventa imprescindibile migliorare la conoscenza del proprio carattere e aprire la porta al miglioramento.

Gentilezza cognitiva: che cos'è e perché ci fa bene

Patrizia Nicoletti

<https://www.psicolognicoletti.it/notizia/gentilezza-cognitiva-che-cos-%C3%A8-e-perch%C3%A9-ci-fa-bene.html>

Gentilezza cognitiva: che cos'è e perché ci fa bene

La gentilezza è per fortuna riconosciuta come un valore e un'attitudine da coltivare, visti i numerosi benefici che apporta alla nostra vita e a quella degli altri. Sempre di più viene intesa quindi per quello che è: una preziosa qualità dell'anima, una cortesia dell'essere che permette alle persone di connettersi sulla base della loro comune appartenenza, di sostenersi a vicenda nell'ascolto, nella solidarietà e nella comprensione.

Hai mai sentito parlare di gentilezza cognitiva? Per capirla a fondo, dobbiamo definire le caratteristiche dell'intelligenza umana.

Ti capita di percepire qualcosa senza averne la certezza? Oppure di intuire come vada affrontata una situazione ascoltando le sensazioni che provi? Si chiama intelligenza emotiva ed è una delle capacità - oggi si dice soft skills - dell'essere umano. Significa saper dare ascolto alle proprie emozioni e a quelle altrui, ed essere in grado di gestirle al meglio, nelle diverse situazioni che la vita ci pone di fronte.

Di intelligenza emotiva ne parla Daniel Goleman in un libro che s'intitola "Intelligenza emotiva. Che cos'è e perché può renderci felici". Proprio secondo Goleman, l'intelligenza emotiva deriva dalla capacità di relazionarsi con gli altri, è l'empatia, la consapevolezza di sé e la capacità di gestire le proprie emozioni.

Tra gentilezza e intelligenza emotiva c'è un legame stretto ecco perché si parla di gentilezza emotiva. Noi possediamo però anche un'intelligenza cognitiva, basata sulla mente e sul ragionamento, da cui si genera la gentilezza cognitiva.

Gentilezza cognitiva: che cosa significa e perché ci fa bene

Quanto tempo dedichi al tuo benessere? Immagino e spero un tempo giusto e di qualità. Sicuramente cerchi di curare la tua alimentazione, il tuo corpo, praticando sport, ma anche la tua immagine, riservando attenzione alla tua esteriorità: tutto questo è più che positivo, continua a farlo. Curi di certo le tue relazioni con gli altri, coltivando buone amicizie, trascorrendo momenti liberi con persone che ti fanno stare bene; cerchi di dare il meglio nelle dinamiche familiari infondendo buona energia e amore.

E la tua mente? Curi la mente? Non intendo solo a livello culturale, mi riferisco all'osservazione di sé e dei propri meccanismi mentali.

A volte trascuriamo questa parte di noi che è molto importante. Grazie alla mente riusciamo a rendere più durature e fondate le nostre abitudini, fino a farle diventare parte di noi.

Spesso ci muoviamo comandati da una sorta di pilota automatico, applichiamo inconsciamente modelli di pensiero, per lo più, precostituiti.

Per non fare uno sforzo mentale, per non pensare troppo ci avvaliamo, diciamo, di cibi precotti. Pensieri preconfezionati. Mettere in gioco la nostra intelligenza cognitiva oltre che emotiva invece fa la differenza.

Vuol dire, in parole semplici, attivare il pensiero e la ragione.

Significa che la gentilezza si baserà su aspetti di ragionamento, pensiero, riflessione. Le nostre azioni non saranno il frutto di impulso o del "faccio così perché è giusto", ma avranno solide

radici perché considerate e ponderate. Praticare una gentilezza cognitiva significa attuare comportamenti aperti e sintonizzati sull'ascolto vero di noi stessi e degli altri.

Mi piace ricordarti che la gentilezza cognitiva ci fa bene anche perché, tra l'altro, avendo una base fisiologica, calma il sistema nervoso simpatico e attiva il sistema nervoso parasimpatico.

Come si sviluppa la gentilezza cognitiva?

A questo punto, è normale e giusto che tu ti chieda come praticare la gentilezza cognitiva, quali leve mettere in moto, come agire concretamente per svilupparla.

Come prima cosa, prendi le distanze da bias cognitivi errati. Il bias cognitivo è sostanzialmente un pregiudizio che può esserci utile, per esempio, in situazioni di pericolo o emergenza (se si verifica una determinata situazione - incendio, terremoto, ecc - il tuo pensiero preconstituito ti farà agire d'impulso, consentendoti di fuggire o metterti al sicuro); ma può diventare limitante quando non è filtrato dalla consapevolezza, caso tipico quando si tratta di bias di conferma di credenze acquisite; un bias cognitivo è quello chiamato "fallacia di Gabler" ed è la tendenza a dare credito al passato, così ogni giudizio viene influenzato da ciò che è già accaduto senza rinnovarsi mai sulla basi di condizioni che saranno, di certo, mutate.

Disattiva schemi di pensiero negativi: "se sono gentile, le persone si approfitteranno di me". Questa tra l'altro è una delle più radicate motivazioni che si tirano fuori quando si vuole contestare l'efficacia della gentilezza nelle relazioni. Ma non ha ragione d'essere. Può darsi che davvero qualcuno si sia approfittato, non significa però che tutti si comporteranno in quel modo.

Ripensa ai concetti a cui di solito ti riferisci e prova ad analizzare se siano sostenuti dalla realtà. A tutti noi capita di agire giustificando le nostre scelte su concetti che ci andiamo ripetendo da anni, ma non ci preoccupiamo di verificarne la validità. Non sempre la nostra percezione del mondo, degli altri, del vissuto è quella reale; scopri i filtri che ti impediscono di vedere la verità.

Rinnova il tuo mindset. Ti chiedi mai quale sia la tua forma mentale, quella in base a cui agisci e attui le tue scelte? Bene, è opportuno considerarla e valutare, quando ti limita, di cambiarla migliorando il tuo atteggiamento mentale. Succede di rispondere a schemi educativi e culturali che, in fondo, non ci appartengono e da cui dovremmo affrancarci.

Coltiva gentilezza verso di te. Guarda ai tuoi errori come parte inevitabile di un cammino di crescita, prendi atto dei tuoi limiti e dove puoi migliora, gestisci i sensi di colpa che a volte ingigantiamo.

Praticare gentilezza vuol dire "essere" gentili con noi e con gli altri e quando una buona abitudine è acquisita nell'essere, nell'interiorità, non può che costruire il bene. Inoltre, dovremmo sempre pensare che anche un piccolo gesto può portare grandi cambiamenti; la gentilezza è contagiosa e quando la riceviamo vorremmo subito ricambiarla. Anche tu puoi dare un contributo davvero importante per permettere che la nostra società evolva verso relazioni più umane, dove l'attenzione all'altro non sia l'eccezione ma la normalità. Educare alla gentilezza - con l'esempio - è uno dei più bei doni che possiamo fare alle future generazioni.

Voglio salutarti con una frase della grande Maya Angelou, "Sii un arcobaleno nella nuvola di qualcun'altro".

Perché le persone gentili sono spesso più intelligenti

SaniFutura

<https://www.sanifutura.it/perche-le-persone-gentili-sono-spesso-piu-intelligenti/>

Secondo gli esperti, esiste un forte legame tra gentilezza e intelligenza.

Essere in grado di stare nei panni di qualcun altro, capirli e prendersene cura mantiene il tuo cervello più attivo.

Le persone gentili hanno un cervello più “sano”

Secondo una ricerca condotta dal famoso neuroscienziato Richard Davidson, la gentilezza rende i cervelli più “sani”.

Le persone gentili hanno grandi capacità emotive e sociali

È stato notato che l'intelligenza emotiva è più potente dell'intelligenza in generale. Le persone gentili comprendono bene le emozioni e, di conseguenza, sono in grado di connettersi facilmente con gli altri e se stesse.

Pensano profondamente alle loro azioni e conseguenze

Ascoltare gli altri e voler collaborare è qualcosa che fanno le persone con un'intelligenza emotiva elevata. Le persone gentili hanno migliori capacità decisionali, in quanto sono in grado di prevedere le emozioni e i comportamenti di altre persone.

Rendono il mondo un posto migliore

Non costa nulla essere simpatici, ma piccoli atti di gentilezza fanno molto!

Secondo uno studio, il “caldo bagliore della gentilezza” è reale e attiva la rete di ricompensa del nostro cervello, facendoci sentire estremamente felici e soddisfatti.

Probabilmente è più facile chiudere gli occhi su tutto e preoccuparsi solo di te stesso. Ci vuole coraggio e un grande cuore per trovare il tempo per aiutare gli altri. Chiama i tuoi nonni, chiedi a un vecchio amico come sta, fai un sorriso a chi incontri.

Avere un QI elevato non significa che tu sia un genio. Comprendere gli altri e avere empatia è in realtà più importante.

Monica Mazzoleni

Il nuovo volto del leader gentile

ModusMaris Blog

<https://modusmaris.eu/il-nuovo-volto-del-leader-gentile/>

Gentile deriva dal latino gentilis, della stessa famiglia; da gens formazione familiare allargata, e da gignere generare; intendendo quindi il generato da un medesimo capostipite.

Se ne può dedurre che essere gentili significa comportarsi come appartenenti alla stessa famiglia; usare quel sentimento di fratellanza che riserviamo alle persone a cui vogliamo bene. Questa è la gentilezza: tendere una mano verso chi è in difficoltà; regalare un sorriso a chi ci è vicino; rispettare il pensiero e il sentire di tutti.

Sembrano cose semplici, eppure poi, nella vita di tutti i giorni, cadiamo vittime dei pregiudizi che ci allontanano dagli altri solo perché non la pensano come noi, oppure semplicemente lavorano in un ufficio diverso, o non hanno risposto del tutto alle nostre aspettative.

Quanto costa e quanto è pericoloso essere gentili? Quanto è difficile pensare che gli altri sono fatti esattamente come noi e, come noi, hanno bisogno di essere trattati con rispetto e con un po' di accoglienza?

La gentilezza è un boomerang: quando la inviamo agli altri, ci ritorna, riuscendo a moltiplicare le nostre energie e la nostra capacità di essere ottimisti e carichi di voglia di essere ancora più gentili.

La gentilezza, talvolta, viene descritta come l'espressione di una falsità di fondo, di una cortesia stucchevole e sdolcinata. Dalle persone che non usano la gentilezza nella loro comunicazione e nelle loro relazioni, capita di sentir pronunciare frasi di questo tipo: "Io sono una persona schietta, onesta. Dico pane al pane, e vino al vino, senza tanti fronzoli", come se rivolgersi con gentilezza agli altri fosse una caratteristica di coloro che creano relazioni false e superficiali.

Certo questa filosofia può rappresentare un bell'alibi: possiamo trattare male chi abbiamo intorno, e poi abbiamo anche il diritto – proprio in virtù della nostra mancanza di gentilezza – di autoproclamarci persone autentiche e oneste.

La gentilezza, più che un costo, rappresenta un ricavo. Ciò è vero per chiunque, ma in questo momento può avere un'importanza specifica per i leader che devono fronteggiare atteggiamenti mentali, attese ed esigenze nuove tra le persone dell'azienda. Vediamo come.

Il valore della gentilezza

Vivere guidati dal valore della gentilezza ci aiuta a sviluppare un atteggiamento positivo incondizionato nei confronti degli altri, ci rende più resilienti e ci permette di far maturare i nostri talenti e quelli degli altri, che vuol dire avere più possibilità di raggiungere i nostri obiettivi.

Diversi studi in ambito psicologico dimostrano che la gentilezza è correlata al benessere, alla creatività e alla stabilità relazionale.

Avere relazioni più positive, significa non solo vivere con maggiore soddisfazione la nostra vita sociale, vuol dire anche creare una efficace rete di cooperazione e sostegno che può aiutarci a raggiungere le nostre mete e a superare le difficoltà.

La mancanza di gentilezza ci allontana dagli altri fino a relegarci in un allarmante individualismo, a un isolamento dannoso per tutti.

Viviamo nell'era della comunicazione, della collaborazione attraverso reti sociali reali e virtuali. Chi si allontana da questo sistema annulla il proprio ruolo e, nelle situazioni più estreme, anche se stesso.

Il capo temuto, guardato da lontano con reverenza, non può più esistere. È necessario adottare stili di leadership che si basino sul confronto, sull'ascolto, sul rispetto e sulla gentilezza.

La gentilezza è un atteggiamento estremamente elaborato e potente che, per essere reso concreto necessita di competenze specifiche come l'empatia, la consapevolezza e il controllo delle emozioni, l'assertività, il rispetto di sé e degli altri, un'alta intelligenza emotiva.

Cammina nei miei mocassini

Un antico insegnamento Sioux dice: "Prima di giudicare qualcuno, cammina per tre lune nei suoi mocassini".

Potremmo dire che in queste poche parole si sintetizzano efficacemente gli elementi dell'empatia. È un po' come dire: "mettiti nei miei panni".

L'empatia è infatti la capacità di capire ciò che sta provando il nostro interlocutore; non vuol dire che è necessario provare ciò che prova l'altro, è sufficiente capire.

L'empatia è la capacità che ci permette di ascoltare senza giudizio, di accogliere il pensiero altrui, di verificare i nostri punti di vista.

L'empatia è preziosa per instaurare e far evolvere relazioni sane e proficue per noi e per gli altri.

Padroni delle emozioni

Le emozioni sono il motore delle nostre azioni. Ciò accade sia quando le emozioni sono positive ed edificanti, sia quando sono negative e distruttive.

Non si tratta di reprimere le emozioni o di ignorarle. Quando le emozioni non sono vissute, mettono in atto la loro vendetta palesandosi attraverso il corpo che subisce gli effetti negativi di quanto abbiamo voluto sottovalutare.

Essere padroni delle emozioni significa riconoscerle, accoglierle, capire cosa stiamo provando e perché; significa perciò vivere in modo completo le nostre emozioni, con consapevolezza, anziché farci vivere dalle emozioni e rimanerne vittime impotenti.

Vivere le emozioni significa riuscire a guidare i nostri pensieri e le nostre azioni anche in situazioni di forte stress, in cui corriamo il rischio che la nostra gentilezza sia messa alla prova.

Da dove guardiamo gli altri

In quale posizione sentiamo di trovarci quando ci relazioniamo con gli altri? Ci sentiamo in posizione di superiorità, oppure di inferiorità? Oppure ci sentiamo allo stesso livello? Se questo ultimo caso rappresenta la nostra percezione quando siamo di fronte a un interlocutore, significa che siamo assertivi.

L'assertività si sperimenta quando sentiamo di essere sullo stesso piano della persona che abbiamo di fronte.

Quando ciò non accade significa che siamo in un rapporto di passività o di aggressività.

Essere assertivi vuol dire rispettare noi stessi e gli altri; in questo modo è molto più semplice il confronto e la negoziazione in cui idee e punti di vista diversi sono ascoltati e accolti e possono diventare un'ottima base per raggiungere accordi utili per tutti.

L'autostima è la porta verso il rispetto dell'altro

Esistono molte definizioni di autostima, una delle più sintetiche e accettate è questa: "Insieme dei giudizi valutativi che l'individuo dà di se stesso".

Ci sono tre elementi che concorrono a formare quasi tutte le definizioni di autostima:

- la capacità per la persona di auto-osservarsi e quindi di auto-conoscersi;
- la capacità di valutazione che permette un giudizio generale di se stessi;
- la capacità di valutare e considerare in modo positivo o negativo gli elementi descrittivi.

Se e quando non siamo in grado di dare valore a noi stessi, sarà molto difficile riuscire a dare valore agli altri. E se gli altri per noi non hanno valore, sarà ancora più difficile riuscire a relazionarci con loro con gentilezza.

Non esiste solo il QI

Ormai da molti anni abbiamo capito che il QI non è e non può essere considerato l'unico elemento attraverso cui misurare e valutare l'intelligenza di una persona.

Il famoso psicologo Howard Gardner ci parla di 9 diverse tipologie di intelligenza, e Daniel Goleman si focalizza in modo specifico sull'intelligenza emotiva: cioè la capacità di capire ed entrare in relazione con i nostri stati d'animo e con quelli degli altri, per permettere la nostra crescita personale e relazionarci in maniera efficace e costruttiva.

E quindi?

Quindi, quando si parla di gentilezza, non si sta parlando solo di buone maniere, della piacevole abitudine di accompagnare le nostre richieste con "per cortesia", "scusa", "grazie" e così via. Si parla di relazionarsi con gli altri con attenzione, apertura e disponibilità all'ascolto, con rispetto per loro e per le loro idee.

Essere leader gentili significa essere leader capaci di guidare il team verso il successo attraverso la soddisfazione e il benessere di tutti.

Le persone gentili sono le più intelligenti

Roba da Donna

<https://news.robadaadonne.it/galleria/le-persone-gentili-sono-piu-intelligenti/>

Le persone gentili sono più intelligenti e hanno più successo per 8 motivi A cura di Perdita Durango Pubblicato il 4 novembre 2020

Le persone gentili sono più intelligenti e hanno più successo per 8 motivi

"Le persone gentili sono più intelligenti e hanno più successo per 8 motivi"

La gentilezza è per molti una virtù sociale imprescindibile. Ma a quanto pare c'è di più: secondo la scienza, c'è un legame tra gentilezza e intelligenza. A dirlo è uno studio realizzato da Richard Davidson, ricercatore in Neuroscienze affettive al Center for Healthy Minds dell'Università del Wisconsin-Madison. La ricerca si fonda sulle basi neurali delle emozioni e sui metodi per promuovere la crescita umana, come la meditazione e le pratiche contemplative. Davidson sostiene che la base di un cervello sano è la bontà e puoi allenarla.

Consigli per vincere con gentilezza

L'esperta H.V. MacArthur ha realizzato su Forbes una lista su come implementare la propria gentilezza e come essa possa essere la chiave del successo. Il primo di questi consigli è: la gratitudine è prioritaria. Quando si chiede aiuto o un parere è fondamentale esprimere gratitudine, coinvolgendo gli altri un quello che può essere un proprio traguardo ma che forse senza gli altri sarebbe stato irrealizzabile. Inoltre accresce la fiducia e la motivazione dei propri colleghi.

Vi raccomandiamo...

Il test per scoprire se hai l'intelligenza emotiva (e come può renderti felice)

È bene inoltre affrontare i problemi in anticipo e apertamente: in questo modo si arriva al punto e si va avanti, senza alimentare dinamiche passive aggressive.

Va molto bene anche diffondere notizie positive (e vere) sui propri colleghi: una sorta di pettegolezzo al contrario in cui spiegate perché sono così bravi o efficienti. Vietato perdersi nei dettagli invece: far notare un errore può essere vantaggioso per gli altri, ma non bisogna neppure essere pignoli. È anche fondamentale mostrare un messaggio positivo, magari attraverso un sorriso, in modo da trasmettere gentilezza, positività e relax.

Perché gentilezza è uguale a intelligenza?

BrightSide e LifeHack hanno portato la questione elaborata da Davidson su un piano empirico, stilando una lista che dimostra come le persone gentili siano meglio dotati di intelligenza emotiva, sfogliamo insieme la gallery per scoprire quali sono.

Psicologia e Gentilezza, una carezza all'anima

Giancarlo Ceschi

<https://www.giancarloceschi.it/gentilezza-una-arma-che-cura/>

Psicologia e gentilezza

La Gentilezza è la delizia più grande dell'umanità – Marco Aurelio – Imperatore e filosofo

La scienza ha dimostrato che alla nascita abbiamo tutti un gene: la gentilezza!!! Fin dalla nascita dipendiamo dalle cure e dalla gentilezza dei nostri genitori. Poi cresciamo dando per scontato che abbiamo bisogno quotidianamente di quei valori fondamentali che sono presenti nella gentilezza quali il perdono, la sincerità, la pazienza, la generosità.

Cosa ci ricorda la gentilezza?

La gentilezza evoca un senso di calore e di apertura che ci permette di comunicare molto più facilmente con gli altri. Coltivare stati mentali positivi come la gentilezza e la compassione migliora la salute e porta alla serenità. Nutrire qualità umane fondamentali come il calore, la gentilezza, la compassione permettono di migliorare la propria qualità della vita e quella di chi ci sta attorno.

Che cos'è la gentilezza?

E' ciò che vorremmo incontrare quando siamo impegnati sugli aspri cammini della vita. Una parola di comprensione, un sorriso, un incoraggiamento; qualcuno che ci ascolta o ci sta vicino in un periodo difficile, oppure qualcuno che con un'intuizione brillante, indovina proprio ciò di cui abbiamo bisogno in quel momento; senza chiedere nulla in cambio.

La gentilezza è una forza in materia di rapporti sociali. Fondamenta di un cuore generoso, il cuore di chi agisce per il desiderio di aiutare gli altri. Si ottiene molto di più essendo gentili che con indolenza o bruschezza. La gentilezza è un atteggiamento estremamente elaborato. Implica autocontrollo, sicurezza, empatia, stima degli altri e consapevolezza della relazione tra l'individuo e il gruppo.

Articoli correlati: Rapporti tossici da evitare – Tatuaggi e psicologia – Che significato ha per te la dieta – Una terapia psicologica riuscita – L'autostima. Elemento sconosciuto a molti

Chi è la gentile?

E' una persona gentile che possiede un'intelligenza emotiva ben sviluppata. Chi è gentile genera gentilezza questa è una buona disposizione per prevenire i conflitti ed evitare che si inaspriscano. La gentilezza promuove un temperamento positivo e si esprime in atteggiamenti che permettono di calmare una persona furiosa e di consolare chi è triste. Ricordiamo che gentilezza deriva dal latino gentilis <<di buona stirpe>>

Cosa ci dice la ricerca

Lo psicologo George Fieldman è un esperto di altruismo ed ha spiegato gli effetti psicologici della gentilezza. Scrive, ad esempio, che fare qualcosa per noi stessi ci fa sentire bene per un momento relativamente breve.

Invece, fare qualcosa per altri ha effetti molto più duraturi, e ci fa sentire bene con noi stessi.

La ricerca ha poi dimostrato che spendere per gli altri rende più felici che spendere per se

stessi.

Un esperimento dell'Università di Stanford ha dimostrato che mettere in atto cinque gesti di altruismo al giorno migliora l'umore, ed aumenta le emozioni positive.

Un altro studio ha dimostrato che la gentilezza può essere un modo per alleviare un particolare tipo di ansia, chiamato fobia sociale. Alcune persone provano forti livelli di ansia quando sono in presenza di sconosciuti, o in contesti di gruppo, e generalmente tendono ad evitare queste situazioni. In questo studio, però, le persone coinvolte in atti di gentilezza hanno riportato livelli di ansia più bassi, ed una minore tendenza ad evitare le situazioni sociali.

Secondo uno studio di Lyubomirsky, Tkach e Yelverton del 2004, compiere atti di gentilezza può incrementare il livello di benessere.

Gli studi sui vantaggi dell'essere gentili mettono in evidenza che: Protegge la salute fisica. Una persona gentile riesce a vivere meno conflitti e questo fa sì che, a livello ormonale, vi sia minor produzione di cortisolo, che è l'ormone dello stress, e più ossitocina che è l'ormone della felicità.

Preserva la salute mentale. Essere gentili con sé stessi e con gli altri fa mantenere in equilibrio il proprio stato d'animo evitando così stati di stress e ansia. I pensieri e i comportamenti gentili costituiscono una sorgente duratura di gioia e di felicità; ci fanno sentire meglio con noi stessi, rendendoci più sicuri e fiduciosi.

Aiuta a cercare di instaurare rapporti sociali positivi. La gentilezza infatti ci fa uscire da uno sguardo egocentrico e ci aiuta a connetterci con gli altri.

Alimentando le relazioni in maniera proattiva e quindi ricercando la collaborazione e l'accoglienza e questo modo di porsi aiuta a far sì che tutto scorra nel modo adeguato.

È un meccanismo di protezione contro le energie negative degli altri: infatti la gentilezza ha il potere di disinnescare gli atteggiamenti negativi negli altri. Ecco perché essa funziona da barriera efficace contro le aggressioni e i rifiuti.

Cosa stiamo aspettando allora?

Proviamo a svolgere un'attività estremamente semplice che è quella di compiere quotidianamente un atto di gentilezza per un arco di tempo, ad esempio una settimana.

Sii gentile al bar, al ristorante o nei servizi commerciali con chi ti sta servendo. Un sorriso e/o un grazie sono atti di gentilezza che creano la differenza.

Contribuisci a rendere positivo l'ambiente virtuale, rispondendo in maniera positiva ad un post oppure divulgando contenuti costruttivi.

Rispetta il codice della strada e parcheggia correttamente l'auto.

Contribuisci alla pulizia dei luoghi pubblici, raccogliendo oggetti buttati a terra anziché negli appositi cestini.

Controlla i consumi energetici, i consumi domestici, l'uso dell'auto e l'uso dell'acqua.

Contribuisci a non inquinare e fai delle scelte in merito.

Usa le mani per creare qualcosa: lavora a maglia, impasta il pane, fai un segnalibro.

Fai giardinaggio e pianta un albero.

Vai in un luogo che ti fa stare bene.

Manda il buongiorno e la buonanotte o fai una telefonata a qualcuno.

La gentilezza è una forma di eleganza.

La migliore che io conosca.

E c'è ancora gente che la confonde con la debolezza.

L'arte come pratica di Gentilezza

Kindness of Business

<https://www.kindnessforbusiness.org/larte-come-pratica-di-gentilezza/>

Apr 29, 2021

ABSTRACT

The meaning of "kindness" is associated with several traits of emotional intelligence and is considered one of the virtues which can give profound meaning to life if practiced. However, in our society where competitiveness and aggressiveness are considered requirements for success, being kind has been seen for a long time as a sign of weakness and relegated to feminine and maternal relations. In a complex world as the one we are living in now, though collaboration, intuition, emotional intelligence and kindness start to be reconsidered and seen again as critical skills for further social and organizational development.

So how to develop kindness again? Art practice and appreciation can be a way. In this article, the Italian coach and artist Giorgia Madonno, advocates for a more extensive "use" of art as a "gym" for kindness, one of the most important skills of our future.

Il significato di "gentilezza" è associato a diversi tratti dell'intelligenza emotiva ed è considerato una delle virtù che può dare un senso profondo alla vita se praticata. Tuttavia, nella nostra società in cui la competitività e l'aggressività sono considerate requisiti per il successo, essere gentili è stato a lungo visto come un segno di debolezza e relegato alle relazioni femminili e materne. In un mondo complesso come quello in cui viviamo, la collaborazione, l'intuizione, l'intelligenza emotiva e la gentilezza iniziano ad essere riconsiderate e viste di nuovo come abilità critiche per un ulteriore sviluppo sociale e organizzativo. Ma come sviluppare di nuovo la gentilezza? La pratica e l'apprezzamento dell'arte possono essere un modo. L'arte è fortemente legata al cervello destro e all'intelligenza emotiva e aiuta ad acquisire sensibilità attraverso la pratica estetica e altro ancora. In questo articolo sosteniamo un più ampio "uso" dell'arte come "palestra" per la gentilezza, una delle abilità più importanti del nostro futuro.

Come evolve nel tempo il significato di gentilezza?

Senza scomodare l'etimologia e senza tenere in considerazione l'accezione più superficiale di "cortesia" da buone maniere, il senso comune associa al termine "gentilezza" vari termini diversi tra loro: generosità, benevolenza, concordia, bontà, caritas, amorevolezza, solidarietà, tenerezza, compassione, altruismo, bontà d'animo. Come si può notare sono tutti concetti che ruotano intorno alla sfera dell'intelligenza emotiva.

Osservando l'evoluzione di questo concetto nella storia del pensiero (e della filosofia) notiamo come fin dall'antichità "la gentilezza abbia sempre sollevato delle controversie. I filosofi antichi si dividevano quando si chiedevano se gli uomini fossero naturalmente buoni o invece egoisti" [1] e questa domanda ci ha accompagnato nell'evoluzione della nostra storia del pensiero. E' interessante anche notare come una delle evoluzioni sia stata quella di femminilizzare la gentilezza, specialmente nella sua accezione di sollecitudine e cura materna. Studi e ricerche recenti hanno avallato in via sperimentale quanto avevano già intuito gli Stoici: "Nessuno può vivere una vita felice se piega ogni cosa ai suoi propositi. Vivi per gli altri se vuoi vivere per te stesso", ovvero che gli esseri umani hanno bisogno di praticare gentilezza

e generosità per essere felici e per rendere la vita degna di essere vissuta. Purtroppo però la nostra società ha gradatamente associato alla pratica della gentilezza (connessa come si diceva al femminile) anche un concetto di “debolezza” e “arrendevolezza”. La gentilezza in qualche modo apre la porta alla vulnerabilità, condizione che la nostra società tende a fuggire considerandola pericolosa.

L'aggressività o competizione, la “mors tua vita mea” (associati all'archetipo maschile della guerra) hanno acquisito invece una valenza positiva di proattività, presa in carico, forza, riuscita e successo.

Si tratta ora di chiedersi però se nel mondo in cui viviamo tutto ciò continui ad essere funzionale oltre che eticamente condivisibile e personalmente auspicabile per chi come noi è alla ricerca di una vita pienamente vissuta.

Perché la gentilezza è importante per noi come individui, nelle organizzazioni e nella società? Siamo entrati ormai in pieno in quella che è stata definita l'era della complessità o V.U.C.A (acronimo che si può tradurre come era della volatilità, ambiguità, complessità e incertezza) e, utilizzando il modello interpretativo Cynefin creato da Dave Snowden, problemi complessi non possono essere affrontati come siamo sempre stati abituati a fare.

In un mondo così incerto e complesso come il nostro, approcci tradizionali e puramente logici e basati sull'efficienza e sulla competenza acquisita attraverso studio e applicazione di casi di successo non bastano più. Per navigare nella complessità è importante attingere anche alla nostra intuizione e intelligenza emotiva, essere in grado di vedere i problemi in modo olistico e sistemico, connetterci con la nostra interiorità, sfidare ipotesi e punti ciechi, provare soluzioni nuove senza avere la certezza che funzionino con un approccio agile di prototipizzazione e “trial & error”.

In sintesi dobbiamo imparare ad integrare un approccio da emisfero cerebrale sinistro con quello destro.

La gentilezza quindi dovrebbe recuperare un valore positivo, in quanto espressione di quella che abbiamo chiamato intelligenza emotiva. La stessa vulnerabilità, temuta nell'esercizio della gentilezza, come ci insegna Brene' Brown in un suo ben noto TED intitolato “The power of vulnerability” assume un'importanza fondamentale nella nostra capacità di stabilire relazioni e connessione con altri essere umani, perché sono la capacità e il coraggio di accettare le nostre imperfezioni, la capacità di essere autentici e la convinzione che ciò che ci rende vulnerabili è anche ciò che ci rende speciali, a renderci compassionevoli, empatici e positivi e ad aprirci alla connessione con l'altro. E in un mondo in cui diventano fondamentali il dialogo autentico e la co-creazione per poter risolvere i problemi complessi a cui dobbiamo far fronte, gentilezza e vulnerabilità diventano quindi fondamentali.

Stiamo entrando inoltre in un tipo di economia in cui l'intelligenza artificiale esegue molti compiti analitici e di pensiero e le persone graviteranno inevitabilmente e maggiormente verso compiti interpersonali e creativi. Anche nelle organizzazioni aziendali iniziamo a sentire concetti come identità, scopo, spirito, integrità, esperienza. Senza sminuire l'importanza della logica e dell'efficienza, è importante iniziare a integrare e riequilibrare anche l'altra componente nel nostro modo di affrontare la complessità, il paradigma della creatività e dell'empatia emotiva.

Come l'arte può aiutare le persone ad allenare la gentilezza?

Personalmente credo, per esperienza artistica personale e sulla base di ricerche e studi effettuati per esempio nel mondo medico sui risultati positivi dell'utilizzo dell'arte nell'educazione all'empatia del personale sanitario, che l'arte possa essere una delle risposte.

L'arte vive, prospera e stimola l'emisfero destro del nostro cervello e si basa su creatività, emozioni, passione, abilità come visione, empatia, audacia e coraggio, osservazione e pensiero critico, esattamente il tipo di abilità che dobbiamo apprendere e mettere in pratica.

Le arti modellano ed esprimono i sentimenti umani, comunicano e trasferiscono sensazioni nelle relazioni interpersonali e sociali. La creatività, che è alla base del fare arte, porta significato e passione, cose di cui abbiamo sicuramente sempre più bisogno nella nostra vita e nel nostro lavoro e nella costruzione delle nostre relazioni, oggi.

La gentilezza presuppone una certa sensibilità d'animo che l'arte può stimolare attraverso la bellezza e l'espressione di emozioni, l'osservazione di ciò che ci circonda e la ricerca del "vero". L'arte tocca delle corde che sono dentro il nostro inconscio e si connette con i sentimenti aggirando le barriere poste dalla mente logica. Per questo facendo o apprezzando arte educiamo le nostre emozioni e percependo i sentimenti espressi dall'artista impariamo a diventare empatici anche nei confronti delle emozioni altrui.

L'arte utilizza un linguaggio metaforico e per questo motivo lo spettatore deve sempre aggiungere un pezzo di significato (il proprio) all'opera d'arte. In questo modo ha inizio un processo di dialogo tra dipinto e artista e anche altri spettatori, se questo nuovo significato viene condiviso e diventa un significato co-creato collettivo, che spinge le persone ad ascoltare il punto di vista dell'altro, perché nessuna opera d'arte ha un significato univoco e questo ci porta ad imparare che il nostro punto di vista vale quanto quello di un altro.

Molte opere d'arte stimolano e sfidano il pensiero e il sistema, cercano di andare oltre il punto di vista di massa e aiutano a reinterpretare la realtà.

Dagli artisti possiamo imparare l'audacia e il pensiero critico. Spesso possono portarci a vedere cose che non sono ancora così evidenti, perché gli artisti usano la loro sensibilità speciale per leggere ciò che ci circonda e collegare punti tra cui ancora non vediamo alcuna connessione. E quanto coraggio dobbiamo imparare per ribaltare la convinzione della nostra società che la gentilezza è una debolezza e non una forza? E di quanta capacità sistemica, di re-integrazione di polarità come il femminile (associato alla gentilezza) e il maschile (associato alla forza) abbiamo anche bisogno?

Come abbiamo già detto l'arte usa un linguaggio metaforico, e questo è un approccio olistico. Tornando all'arte visiva che conosco meglio, un pittore non vedrà mai un pezzo della sua opera d'arte separato e disconnesso dal resto. Tutto è connesso sia in termini di composizione visiva, armonia, varietà ed equilibrio, sia dal punto di vista del significato. Questo può insegnare il pensiero sistemico, rompere i "silos" (compartimenti stagni) e vedere il mondo e i problemi come un sistema olistico, integrato e complesso, dove gli elementi non sono divisi da un "MA", bensì integrati da un "E".

Attraverso la pratica delle arti visive inoltre possiamo sviluppare le nostre abilità di osservazione. Personalmente nell'ambito della mia attività pittorica una delle prime cose che ho appreso è che per imparare a disegnare e dipingere ciò che è più importante non è come usare la matita o il pennello, ma come osserviamo la realtà. Normalmente osserviamo solo la versione semplificata del nostro mondo esterno, quella che ci porta a svolgere in modo efficiente i nostri compiti. Vediamo l'immagine del mondo che abbiamo nella nostra mente. Un pittore invece osserva davvero tutte le forme, le luci e le ombre così come sono e può apprezzare l'infinita varietà del mondo. Un pittore apprende anche che non c'è osservazione artistica senza interpretazione. Vediamo con i nostri occhi ma anche con le nostre emozioni, il cuore e l'identità e inevitabilmente lo mettiamo nella nostra risposta al mondo. In questo modo un artista impara che ogni punto di vista è solo UN punto di vista non IL punto di vista. In questo senso l'arte stimola uno sguardo "gentile" che non giudica, ma guarda per scoprire e

capire, con la curiosità di un bambino.

Da qualche anno ho creato e sviluppato insieme ad altri colleghi una piattaforma - "ThroughArt" - il cui proposito è quello di portare l'arte nella vita di tutti i giorni delle persone e di accompagnare le persone a sviluppare quella sensibilità e gentilezza di cui abbiamo appena parlato.

Organizziamo anche sessioni in cui si utilizza la metafora artistica per allenare il cervello destro, l'intelligenza emotiva e quindi anche la gentilezza. È molto promettente vedere come i partecipanti alla sessione di "Contemplazione artistica" progressivamente imparino, attraverso la contemplazione di un dipinto e il dialogo guidato in piccolo gruppo, ad entrare in contatto con le proprie emozioni e ad articularle, sperimentino la capacità di ascolto scevra da giudizio, e man mano riescano ad entrare in connessione con un dipinto e a coglierne la sua espressività. Questo potenzialmente li aiuta ad entrare in connessione con altri esseri umani.

L'arte stimola persone tra loro sconosciute a dialogare su temi profondamente umani come l'identità, la vulnerabilità, la morte, la trasformazione, la diversità, la bellezza.

E cosa l'arte può portare alle organizzazioni?

Per me tutto questo è pratica ed esercizio di gentilezza e la mia convinzione è che una volta allenata in questo contesto specifico, le persone sappiano poi anche metterla in pratica in tutti gli altri contesti sociali in cui si trovano ad interagire con altri, incluse le organizzazioni.

Anche le organizzazioni si trovano ad operare in un contesto di complessità e fortemente interconnesso, che richiede nuove modalità di lavoro e di relazione per poter avere successo. I modelli organizzativi emergenti, quali Teal Organizations [2], Purpose driven companies che hanno come driver l'impatto positivo sulle persone o sul pianeta, si basano su pilastri quali l'autenticità, il proposito, la capacità di gestirsi autonomamente nei diversi team attraverso dialogo, empatia, senso di responsabilità e passione, dove la collaborazione prevale sulla competizione e quindi la gentilezza diventa una forza mentre l'aggressività e il successo a tutti i costi diventano una debolezza e dove un approccio integrativo (del femminile e del maschile, del cervello destro e del cervello sinistro) diventa una necessità.

Imparare la gentilezza per me vuol dire quindi imparare a navigare il nostro tempo e rispondere ai bisogni sempre più pressanti della nostra società, delle organizzazioni, e di noi individui alla ricerca di senso e completezza. Se l'arte, come credo, può aiutarci in questo percorso, mi auguro che sempre più organizzazioni e persone ne sappiano cogliere il potenziale rivoluzionario, perché l'arte, come la gentilezza, ha un potere di trasformazione profondo e sottile e il mondo ne ha un immenso bisogno.

L'AUTORE

Giorgia Madonna è un'Artista, ma anche art coach, imprenditore, professore universitario, consulente e facilitatore. Ha vissuto e lavorato in Italia, Francia, Stati Uniti, Cina e Singapore. Dopo 15 anni in azienda come HR Director, ha fondato Marco Polo Consulting, società di consulenza in sviluppo organizzativo e innovazione che opera da Hong Kong in tutto il mondo. Giorgia utilizza metodi di facilitazione, coaching e consulenza per supportare multinazionali e JV nella trasformazione della cultura aziendale e dei sistemi e cultura delle risorse umane, nello sviluppo di percorsi di innovazione, di sviluppo dei talenti e di programmi di leadership. Ha una doppia laurea in comunicazione presso le università di Torino e Lione. È stata docente presso l'EMBA del MIP / Tongji University in Cina in comportamento organizzativi e risorse umane.

Come artista (pittura) crea opere che indagano il significato di "essere umano" e il suo processo di trasformazione o catturano l'essenza delle città in cui ha vissuto e viaggiato. È anche un graphic recorder e insegnante di creatività e arte. Ha creato ThroughArt una

piattaforma finalizzata ad arricchire lo spirito delle persone portando l'arte nella loro vita di tutti i giorni e accompagnandole nello sviluppo dell'intelligenza emotiva e della creatività" attraverso l'arte e la metodologia da lei creata (Art4Transformation&Creativity). Più informazioni: www.troughart.com

[1].Elogio della gentilezza – Adam Phillips e Barbara Taylor - Ed. Ponte alle Grazie

[2].Reinventare le organizzazioni. Come creare organizzazioni ispirate al prossimo stadio della consapevolezza umana, Frédéric Laloux, edizione Guerini Next

Per approfondire:

<https://drexel.edu/medicine/news-events/newsarchive/2008/october/new-video-uses-art-as-tool-to-teach-empathy-to-medical-students/>

<https://www.artshub.com.au/education/news-article/features/artseducation/heather-gaunt/teaching-doctors-empathy-through-art-252937>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5965014/>

Gentilezza e psicologia

PROPSY ONLUS

Gentilezza e Psicologia

Novembre 13, 2020

A cura di Antonella Carducci

<https://www.associazionepropsy.org/gentilezza-e-psicologia/>

Il 13 novembre ricorre la Giornata mondiale della gentilezza, nata dall'iniziativa di gruppi umanitari e dalla loro Dichiarazione della gentilezza risalente al 13 novembre 1997, osservata dal 1998 da Canada, Giappone, Australia, Nigeria, Emirati Arabi Uniti, dal 2009 da Italia, India e Singapore e dal 2010 da Gran Bretagna. Sono stati i giapponesi a promuovere questa iniziativa: nata grazie al Japan Small Kindness Movement, fondato nel 1988 a Tokyo, dove due anni prima si era costituito un primo gruppo di organizzazioni riunito nel World Kindness

Movement (Movimento mondiale per la Gentilezza).

In Italia risale ad almeno un centinaio di anni la tradizione, tutta napoletana, de 'o caffè suspiso. In cosa consiste? Ci si prende un caffè al bancone, poi si va alla cassa e se ne pagano due invece che uno. In questo modo, chi non può permetterselo può entrare al bar e chiedere se per caso ci sia un "caffè in sospeso", disponibile e gratuito. Le due persone coinvolte non si incontrano mai, è vero, ma in qualche modo gustano un caffè assieme. Da qualche anno poi, con l'inizio della crisi, questa bella tradizione sembra essersi diffusa in tutta Italia, approdando addirittura nei bar di altri paesi europei.

La gentilezza è un atteggiamento estremamente elaborato. Implica autocontrollo, sicurezza, empatia, stima degli altri e consapevolezza della relazione fra l'individuo e il gruppo. È anche un'enorme forza in materia di rapporti sociali. Si ottiene molto di più essendo gentili che con indolenza o bruschezza.

Una persona gentile possiede un'intelligenza emotiva ben sviluppata, caratteristica che si contagia. Chi è gentile genera gentilezza e una buona disposizione in chi gli sta intorno. Questo è un modo eccellente per prevenire i conflitti o impedire che si inaspriscano. La gentilezza promuove un temperamento positivo, presuppone esprimere affetto e considerazione per gli altri, senza tralasciare noi stessi. È un atteggiamento che permette di calmare una persona furiosa e consolare chi è triste.

Non a caso il termine "gentilezza" deriva dal latino gentilis «di buona stirpe».

Essere gentili conviene: fa bene alla salute, guadagna simpatie, crea intorno un clima positivo e sereno. Il vero tornaconto della gentilezza, tuttavia, sta proprio nell'essere gentili. La gentilezza, infatti, dà un senso e un valore alla nostra esistenza, ci fa dimenticare i guai quotidiani e sentire bene con noi stessi.

Lontana dal formalismo delle buone maniere, dalla cortesia interessata, dalla generosità calcolata, la gentilezza è un insieme di qualità – sincerità, gratitudine, pazienza, rispetto e molte altre -, ognuna delle quali, se coltivata con serietà, è sufficiente a trasformare profondamente la nostra psiche e a cambiare in modo radicale la nostra vita.

Ci troviamo in un periodo di "raffreddamento globale" dei sentimenti.

Mai come oggi le relazioni sono state così fredde e spersonalizzate: telefoni per parlare con

qualcuno e una voce digitale ti presenta un menu di opzioni; mai come oggi però – e l'aumento epidemico di depressione e attacchi di panico ne sono una conferma – è forte l'esigenza di un ritorno al calore genuino, al senso di appartenenza a una comunità che protegge e sostiene.

Ecco perché è così importante scoprire in noi risorse che possediamo da sempre e che hanno permesso all'umanità di evolvere.

La scienza ha dimostrato che alla nascita abbiamo tutti un gene della gentilezza. Siamo una specie che ha bisogno gli uni degli altri per sopravvivere e portiamo in noi un'impronta biologica di questo fattore.

L'altruismo, la cooperazione sono stati decisivi affinché l'essere umano si evollesse. Alcuni studi dimostrano che a partire dai 6 mesi di vita i bambini iniziano a esprimere comportamenti affabili verso gli altri.

Scelgono fra chiudersi o aprirsi agli altri. Spesso decidono di interagire ed essere generosi con il prossimo. Sono anche molto sensibili alle espressioni di affetto.

Lo psicologo George Fieldman è un esperto di altruismo ed ha spiegato gli effetti psicologici della gentilezza. Scrive, ad esempio, che fare qualcosa per noi stessi ci fa sentire bene per un momento relativamente breve.

Invece, fare qualcosa per altri ha effetti molto più duraturi, e ci fa sentire bene con noi stessi.

La ricerca ha poi dimostrato che spendere per gli altri rende più felici che spendere per se stessi.

Un esperimento dell'università di Stanford ha dimostrato che mettere in atto cinque gesti di altruismo al giorno migliora l'umore, ed aumenta le emozioni positive.

Un altro studio ha dimostrato che la gentilezza può essere un modo per alleviare un particolare tipo di ansia, chiamato fobia sociale. Alcune persone provano forti livelli di ansia quando sono in presenza di sconosciuti, o in contesti di gruppo, e generalmente tendono ad evitare queste situazioni. In questo studio, però, le persone coinvolte in atti di gentilezza hanno riportato livelli di ansia più bassi, ed una minore tendenza ad evitare le situazioni sociali.

La gentilezza è una forma di eleganza.

La migliore che io conosca.

E c'è ancora gente che la confonde con la debolezza.

R. Rigoni

Antonella Carducci – Laureanda in Scienze e Tecniche Psicologiche

BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA:

LEGGO.IT

THE BRAINER

LA FORZA DELLA GENTILEZZA – PIERO FERRUCCI

E se puntassimo sulla Gentilezza?

Istituto A.T.Beck – 7 gennaio 2021
Dott.ssa Manuela Fiori

<https://www.istitutobeck.com/beck-news/gentilezza>

“Quando ti viene data la possibilità di scegliere se avere ragione o essere gentile, scegli di essere gentile”

Summer Roberts

Abbiamo bisogno di gentilezza, quella leggera ma potente forza che cambia in meglio la nostra vita e quella di chi ci circonda. Essere gentili è uno stile di vita che prevede un comportamento che mette al centro la cura e l'attenzione per sé stessi e per gli altri.

La gentilezza richiama la cortesia, il garbo, la nobiltà interiore. I piccoli gesti di vita quotidiani ispirati “alle buone maniere” fortificano i legami, fanno dileguare le tensioni e rendono felici. Winnicot nel 1970, definisce un indicatore della salute mentale “La capacità di entrare nei pensieri, nei sentimenti, nelle speranze e nelle paure di un'altra persona. E di concedere a un'altra persona di fare lo stesso con noi”.

Prendersi cura degli altri ci rende pienamente umani, sosteneva Rousseau, ed è l'opposto di ciò che solitamente avviene nella società moderna occidentale. L'utilizzo della forza, della prevaricazione, del confronto, dell'arrivismo ha scalfito la forza della gentilezza, che continua però ad essere un'esperienza di cui non possiamo fare a meno.

In una ricerca dell'associazione “Gentitude” che promuove uno stile di vita impostato sulle buone maniere, si è osservato che in quasi la metà delle famiglie italiane sono state cancellate le parole, “Grazie”, “Per favore”, “Posso”, “Scusa”, “Permesso”. Tra le cause principali rientrano la vita frenetica, lo stress e soprattutto l'utilizzo dei social che alimentano il conflitto fra le persone.

Ma, se invece di rispondere con aggressività si provasse ad applicare la gentilezza cosa accadrebbe?

Secondo lo psicologo D. A. Gentile, che ha condotto nel 2019 uno studio su 496 studenti universitari, compiere atti di gentilezza verso chi ci sta intorno può ridurre l'ansia e aumentare la nostra felicità.

I ricercatori hanno suddiviso gli studenti in 4 gruppi e chiesto loro di effettuare una passeggiata di 12 minuti all'interno del campus. Ad ogni gruppo è stata data un'indicazione diversa. Al primo gruppo è stato chiesto di soffermarsi su pensieri gentili “Desidero che questa persona sia felice”, al secondo gruppo di pensare a cosa potessero condividere con le persone che incontravano (gusti, stili ecc), al terzo di soffermarsi sul confronto sociale e all'ultimo di valutare i dettagli estetici.

Dai risultati è emerso come i gruppi che hanno avuto pensieri più gentili verso gli altri (il primo ed il secondo) dopo la passeggiata si siano sentiti anche più felici, empatici e meno ansiosi mentre, gli studenti che si sono paragonati agli altri sono stati più competitivi e hanno provato maggiori emozioni negative.

In una società definita “glaciale” come è possibile sviluppare la gentilezza?

Molti studiosi sono concordi che per coltivare la gentilezza, c’è bisogno di impegno e di pratica.

La Mindfulness può essere un valido aiuto per promuovere la capacità di vivere nel momento presente con accettazione e amorevole gentilezza per dare valore a sé stessi e agli altri.

La pratica della “Gentilezza amorevole” è focalizzata su uno stato di calore, un atteggiamento compassionevole verso sé stessi e gli altri. All’inizio della pratica si coltiva la gentilezza verso sé stessi per poi espanderla gradualmente alle persone a noi care e progressivamente a colleghi, conoscenti fino ai rapporti conflittuali.

Molte ricerche hanno evidenziato il ruolo della pratica della “Gentilezza amorevole” nell’incremento delle emozioni positive come gioia, speranza e gratitudine che portano ad un maggior sostegno sociale e a una diminuzione di stati di ansia e depressione (Frederickson, 2008; Kearney 2013). Una pratica regolare di gentilezza amorevole attiverà e rafforzerà anche le aree cerebrali connesse all’intelligenza emotiva e allo sviluppo di risposte empatiche.

Per sperimentare a fondo la gentilezza, è necessario uscire per un attimo dalla logica egoistica dell’utile prendendo in considerazione i bisogni dell’altro spontaneamente.

Riferimenti:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10902-019-00100-2>

Autore/i dell’articolo

Dott.ssa Manuela Fiori

Psicologa, psicoterapeuta cognitivo-comportamentale. Iscritta all’Ordine degli Psicologi della Regione Lazio dal 25/11/2013 con il N. 20227.

Vanta esperienza clinica in ambito adulto, occupandosi prevalentemente di disturbi d’ansia, disturbi dell’umore, disturbo ossessivo compulsivo e disturbi di personalità.

Si avvale inoltre della Terapia Metacognitiva Interpersonale (TMI), aggiornando la sua formazione con autorevoli professionisti del settore.

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA E RELIGIONE

Il termine “gentilezza” indica un’attitudine non molto praticata. Nella vita quotidiana e sui media sembra dominare l’aggressività, spopolano gli urlatori, vince chi riesce a zittire gli altri. Al punto che il Papa parlando di una persona gentile la definisce un miracolo. La gentilezza è sapere condividere il peso degli altri, antidoto all’indifferenza.

La virtù della gentilezza non si rivolge solo ai cristiani ma a tutte le religioni, a quanti hanno a cuore le sorti dell’umanità, del creato, degli emarginati, per scrivere insieme strade inedite per il bene di tutti.

Bisogna mettere al centro la persona, l’umanità ha bisogno di persone che gioiscano della vita, che si coinvolgano con responsabilità e con dignità nella storia del nostro tempo, nella cosa pubblica, superando gli steccati dell’egoismo.

“La mia religione è molto semplice, la mia religione è la gentilezza”, queste parole dette dal Dalai Lama mettono in luce il valore spirituale della gentilezza.

Gentilezza, ottimismo, felicità sono tutti valori positivi fortemente interconnessi tra loro. La gentilezza, infatti, è in grado di generare un circolo virtuoso di felicità, ottimismo, predisposizione a comportamenti più sani in chi compie atti gentili, ma anche in chi li riceve.

E tutte le religioni portano con sé il dono della gentilezza.

Dentro i contenuti della “Fratelli tutti”. La “rivoluzione” della Gentilezza

Avvenire

<https://www.avvenire.it/chiesa/chiesa-italiana/la-rivoluzione-della-gentilezza-47267>

Parla madre Diana Papa, abbadessa del monastero delle Clarisse a Otranto.

In “Fratelli tutti” Francesco definisce un miracolo incontrare chi la pratica: trasforma le relazioni sociali

La gentilezza del Papa verso le persone semplici

La gentilezza del Papa verso le persone semplici - Vatican Media

Uno dei nostri difetti più comuni è abitare poco le parole, trattarle da gusci vuoti, come se fossero semplici suoni o segni grafici senza contenuto.

Esempio classico è il termine “gentilezza”, che indica un’attitudine, una qualità citatissima ma non per questo molto praticata. Facciamoci caso: da tempo nei saluti iniziali delle lettere, e delle email, l’espressione “gentile” ha surclassato il caro/a di una volta, e tra i requisiti più apprezzati in una persona, l’amabilità, il garbo, la grazia non mancano mai. Eppure nella vita quotidiana e sui media sembra dominare l’aggressività, spopolano gli urlatori, “vince” chi riesce a zittire gli altri. Al punto che il Papa parlando di una persona gentile la definisce un miracolo. Nell’enciclica “Fratelli tutti” Francesco dedica al tema una riflessione ricca e profonda. «La gentilezza – scrive – è una liberazione dalla crudeltà che a volte penetra le relazioni umane, dall’ansietà che non ci lascia pensare agli altri, dall’urgenza distratta che ignora che anche gli altri hanno diritto a essere felici». Quando si fa cultura – aggiunge il Pontefice –, «trasforma profondamente lo stile di vita, i rapporti sociali, il modo di dibattere e di confrontare le idee. Facilita la ricerca di consensi e apre strade là dove l’exasperazione distrugge tutti i ponti». «Se può essere un orpello per la vita dell’individuo – spiega madre Diana Papa, abbadessa del monastero delle Clarisse a Otranto – la gentilezza è invece parte integrante della persona che, con tratto umano amabile, esprime la profondità della sua esistenza. Si è gentili nella misura in cui si è umani. Il cristiano dovrebbe essere la persona gentile per eccellenza, perché dal Vangelo impara a relazionarsi con rispetto ed empatia con tutto ciò che lo circonda. Chi pratica la gentilezza come stile di vita, dimostra di accettare l’altro senza idealismi, nella concretezza della sua specificità e nella fedeltà verso tutti.

Non si lascia determinare dalle emozioni del momento o dai pensieri istintivi, ma dal senso della propria vita - per il cristiano è Gesù Cristo e il Vangelo - che porta ad essere sempre per l’altro, al di là di tutto».

Naturalmente qui si va oltre le buone maniere e i formalismi...

Non bisogna confondere il manierismo affettato con la gentilezza, qualità che parte dal riconoscimento di sé stesso e dell’altro come valore, come dono. Tale consapevolezza porta al rispetto di sé e dell’altro da amare in qualsiasi momento, proprio come fa Gesù con ciascuno di noi. I formalismi conducono alla selezione delle persone, a causa della proiezione di sé sull’altro, e favoriscono rapporti superficiali, mentre le relazioni autentiche, vissute evangelicamente, rimangono in eterno.

Papa Francesco vede nella gentilezza la qualità di chi sa condividere il peso degli altri, di chi è capace di incoraggiare, la ritiene un antidoto all’indifferenza.

Ma esiste una scuola per imparare a essere gentili?

Il termine gentilezza deriva da “ gentilis”, che appartiene alla “ gens”, cioè all’insieme di famiglie che avevano un capostipite comune. Se il significato è valido ancora oggi, come si può essere indifferenti verso coloro che hanno in comune con noi gli stessi tratti, la stessa natura, la stessa storia, l’appartenenza alla stessa famiglia umana? Spinti dall’individualismo, dall’egolatria, spesso anche noi cristiani ci chiudiamo nella rete dei piccoli orizzonti, dimenticando che la terra è abitata dallo Spirito che dà vita e che ogni spazio tra una persona e l’altra è sacro. Abbiamo bisogno di toglierci più spesso i calzari, come Mosè, per prendere coscienza che la terra che tocchiamo ci è stata donata dal Signore nella gratuità e che il cristiano, come il samaritano, è colui che si adopera per l’altro, perché viva. In questo tempo abbiamo bisogno di ritornare alla scuola di Gesù Cristo, per capire come essere umani, pur continuando ad essere figli di Dio.

Dal momento che presuppone stima e rispetto, quando la gentilezza si fa cultura trasforma profondamente lo stile di vita, i rapporti sociali, il modo di dibattere e di confrontare le idee. Facilita la ricerca di consensi e apre strade dove l’exasperazione distrugge i ponti. Ogni tanto si presenta il miracolo di una persona gentile, che mette da parte le sue preoccupazioni e le sue urgenze per prestare attenzione, regalare un sorriso, dire una parola di stimolo, rendere possibile uno spazio di ascolto in mezzo a tanta indifferenza. Uno sforzo che, vissuto ogni giorno, è capace di creare quella convivenza sana che vince le incomprensioni e previene i conflitti.

Eppure oggi essere gentile è considerato un segno di debolezza, è controcorrente...

La gentilezza è la virtù dei forti, la qualità di chi possiede le redini della propria vita tra le mani, il segno che trasmette la capacità di volere il bene dell’altro, la testimonianza di chi è unificato dal senso della propria vita.

Essa rimanda alla relazione di Gesù con ciascuno di noi: non si ferma al comportamento esterno ma, come ha fatto con l’adultera, guarda il cuore.

Oggi spesso scarichiamo la rabbia sugli altri, senza metterci in ascolto dei movimenti profondi di chi è vicino. È così diffuso l’attacco frontale che esprime la fragilità dell’individuo: vi è la mancanza di rispetto, di stima, di ascolto... Abbiamo quasi paura di stabilire relazioni alla pari, per trovare insieme un’alternativa che curi e custodisca il bene comune, che porti alla custodia della comunione, della pace.

La gentilezza presuppone anche la capacità di prendersi tempo per l’altro, va oltre la fretta delle cose da fare. In questo senso educa a mettere la persona al centro.

Strutturiamo spesso il tempo con le cose da fare, ci muoviamo in continuazione senza percepire la terra sotto i piedi. Corriamo rimanendo seduti, andando da un luogo all’altro attraverso la connessione. Il paradosso di questo tempo: mentre non legittimiamo l’esserci dell’altro, scotomizziamo anche la nostra esistenza. Tutto ciò non ci permette di vedere i percorsi tracciati da Dio, di percepire il ritmo del tempo cadenzato dallo Spirito che ci svela, attraverso la dimensione contemplativa e mistica della vita, ogni persona e il creato da amare, la presenza di Dio in ogni frammento e nella storia. È urgente fermarci per prendere contatto con la nostra condizione umana e divina: noi non siamo un’idea, un’astrazione, siamo persone concrete, create a immagine e a somiglianza di Dio, capaci di amare senza condizione. Andare incontro all’altro, anche con la preghiera, non è una perdita di tempo, ma è preparare ogni giorno insieme la strada che porta verso la stessa meta.

Al di là della riflessione sulla gentilezza cosa l’ha maggiormente colpita di “Fratelli tutti”?

Quale pensa sia la scelta più urgente da affrontare?

Nell'Enciclica si coglie una lettura chiara della realtà di oggi. Ci sono dei tracciati che possono aiutare non solo i cristiani, ma anche tutti coloro che hanno a cuore le sorti dell'umanità, del creato, degli emarginati, per scrivere insieme strade inedite per il bene di tutti, pur nel rispetto e nell'accoglienza della diversità. In questo tempo bisogna mettere al centro la persona reale, concreta, tangibile, per contemplare e mettere a servizio di tutti il dono dell'esistenza ricevuta da Dio nella gratuità come Gesù.

L'umanità ha bisogno di persone che ritrovino Dio e ogni creatura, che gioiscano della vita, che si coinvolgano con responsabilità e con dignità nella storia del nostro tempo, nella cosa pubblica, superando gli steccati dell'egoismo. È giunto il tempo di metterci in ascolto anche dell'"avversario", per cogliere il bene che c'è in ogni creatura, condizione che fa accogliere senza distinzione e solo per amore ogni persona amata da Dio?

La virtù cristiana della Gentilezza

L'Osservatore Romano

<https://www.osservatoreromano.va/it/news/2020-11/quo-277/la-virtu-cristiana-della-gentilezza.html>

Tre dei 287 punti che compongono l'enciclica Fratelli tutti il Papa li dedica per parlare del tema della gentilezza. Potrebbe suonare strano: in fondo che c'entra la gentilezza con tutto il resto dell'enciclica? E che senso ha riservarle tutto questo spazio nel drammatico momento storico che il mondo intero sta vivendo? Insomma la cosa lascia pensare e quindi è giusto pensare un po' a questa cosa qui, questa cosa "strana" che è la gentilezza, un oggetto sconosciuto o almeno dimenticato nel frenetico mondo contemporaneo (e viene da dire che il motivo è proprio per rispondere a questa dimenticanza). Se dunque ci pensiamo con attenzione, la prima domanda che sovviene è quella relativa a Gesù, anche perché l'autore del testo è il vicario di Cristo e ogni cosa che dice, scrive, fa ha come primo e ultimo punto di riferimento proprio la figura di Gesù; e la domanda è: ma Gesù era un uomo gentile? A sentirlo come si scaglia contro gli ipocriti e a vederlo come si costruisce con le proprie mani delle fruste per scacciare i mercanti dal tempio, non viene proprio da pensare alla gentilezza come alla prima delle sue virtù. Eppure.. forse è meglio vedere un po' più da vicino. E se ci avviciniamo a Gesù troveremo in lui un vero, il vero gentiluomo.

Pensiamo ad esempio alla sua attenzione verso tutti, la cura e la delicatezza con cui si dava a ciascuno che incontrasse lungo la strada. La sua apertura verso i bambini e le donne era così forte, costante e dirompente rispetto ai canoni del tempo da creare sconcerto e disorientamento tra tutti i presenti, anche all'interno della cerchia più stretta dei suoi amici. Ma gli esempi di questa gentilezza abbondano.

Quando gli portano un infermo, un cieco o un malato il più delle volte la sua prima domanda è "cosa posso fare per te?" o, "cosa desideri?", come potrebbe fare un cameriere o un albergatore che accoglie l'ospite mettendosi al suo servizio. Allora comprendiamo che la gentilezza non è essere affettato ma invece affettuoso, non è amore per il quieto vivere ma per l'inquietudine dell'altro che ho di fronte, non è debolezza ma forza potente che rovescia la logica del potere e la soppianta con quella del servizio. Una forza che è anche resistenza. Pensiamo all'episodio narrato nel diciottesimo capitolo di Giovanni quando Gesù viene schiaffeggiato nel sinedrio durante il processo-farsa da una guardia che, senza alcun vero motivo, lo colpisce violentemente e Gesù gli risponde: «Se ho parlato male, dimostrami dov'è il male; ma se ho parlato bene, perché mi percuoti?». Gli esempi che vengono in mente, come quelli appena citati, dimostrano il gusto di Gesù di approcciarsi all'altro con una domanda, un dettaglio che rivela qualcosa della gentilezza: essa è costituita da quell'apparente ossimoro che è una "curiosità discreta". Un uomo gentile è necessariamente un uomo discreto, però è anche attento e interessato all'altro, a chi gli sta davanti.

Pensiamo a quando appare a Paolo facendolo cadere da cavallo (capitolo 9 degli Atti degli Apostoli) e si presenta rivolgendogli una domanda: «Saulo, Saulo, perché mi perseguiti?». Questo gesto, il farlo cadere da cavallo, non sembra un gesto gentile eppure a volte è l'unico modo per aiutare una persona a cui si vuole bene, cambiargli bruscamente la prospettiva, ma

in questo brano è importante la domanda, che è vera, sincera, come tutte quelle di Gesù: egli vuole conoscere l'altro, vuole comprendere le sue ragioni e vuole che anche lui ponga questa domanda a se stesso, alla propria coscienza come a dire "sei consapevole di quello che stai facendo?".

La curiosità discreta di Gesù è la sana curiosità di chi veramente si interessa all'altro perché gli vuole bene e vuole stringere con lui un legame sincero. E qui la gentilezza s'incontra con la sua eterna promessa sposa: l'umiltà. Felice l'intuizione dello scrittore inglese C.S. Lewis su questo punto: «Non immaginatevi che un uomo davvero umile, se vi capiterà di incontrarlo, corrisponda a ciò che oggi si suole designare con quell'aggettivo: una persona untuosa e viscida, che dichiara a ogni piè sospinto di non essere nessuno. Probabilmente vi troverete di fronte un uomo vivace e intelligente, che si interessa davvero a ciò che voi gli dite.

Se vi riesce antipatico, sarà perché vi sentite un po' invidiosi di uno che sembra godersi così facilmente la vita. Costui non pensa all'umiltà: non pensa affatto a se stesso». Ecco qua il profilo del gentiluomo: un uomo aperto all'altro, capace dell'attitudine più rara e preziosa, l'ascolto. Da questo approccio sano verso gli altri il più delle volte scaturisce la leggerezza, ma anche la gioia o quanto meno il buon umore, tutte caratteristiche che contraddistinguono le persone umili e gentili.

Gesù era curioso, la sua incarnazione stessa è un modo per "interessarsi" agli uomini (in latino inter-esse: essere dentro, stare, "abitare in mezzo a noi"): è il paradosso di un Dio che si fa uomo per condividere la natura e il destino degli uomini, compresa l'esperienza estrema della morte, un Dio che si fa compagno di viaggio lungo il cammino della nostra esistenza.

Gesù camminava per le strade degli uomini e amava incontrarli e fare loro domande come fa con i discepoli di Emmaus, ma la sua era appunto una curiosità discreta, capace cioè di preservare la libertà altrui, di non invadere il campo dell'altrui responsabilità.

Gesù tra l'altro usava anche quelle parole che il Papa spesso raccomanda nei suoi discorsi, come "permesso" o "grazie" e che ripete anche nell'enciclica (n.224); tutta la sua vita è stata una "eucaristia", un rendimento di grazie al Padre, che a volte sembra non riuscire a trattenere come ad esempio quando esplode nell'inno di giubilo di Matteo 11, 25: «Ti rendo lode, Padre, Signore del cielo e della terra, perché hai nascosto queste cose ai sapienti e ai dotti e le hai rivelate ai piccoli».

E Gesù chiede anche "permesso?", lo dice lui stesso di sé nell'ultimo libro della Bibbia: «Ecco, sto alla porta e busso. Se qualcuno ascolta la mia voce e mi apre la porta, io verrò da lui, cenerò con lui ed egli con me» (Ap 3, 20). Ecco la discrezione di un Dio che si propone ma non s'impone, rispetta la sfera d'autonomia di ogni uomo chiamato ad esercitare la propria libera scelta.

Com'è difficile dunque quest'atteggiamento della gentilezza, difficile ma non impossibile come ricorda il Papa nell'enciclica: «Eppure ogni tanto si presenta il miracolo di una persona gentile, che mette da parte le sue preoccupazioni e le sue urgenze per prestare attenzione, per regalare un sorriso, per dire una parola di stimolo, per rendere possibile uno spazio di ascolto in mezzo a tanta indifferenza» (Fratelli tutti, n.224). Sono queste persone gentili i "giusti" di cui parlava il poeta argentino Borges, quelle persone che vogliono «giustificare un male che gli hanno fatto», che preferiscono «che abbiano ragione gli altri, / tali persone, che si ignorano, stanno salvando il mondo».

di Andrea Monda

La virtù della Gentilezza

La Chiesa di Gesù Cristo dei Santi degli Ultimi Giorni

<https://www.churchofjesuschrist.org/study/general-conference/2005/04/the-virtue-of-kindness?lang=ita>

Joseph B. Wirthlin

Of the Quorum of the Twelve Apostles

La gentilezza è l'essenza della vita celeste. È il modo in cui una persona cristiana tratta il prossimo.

Molti anni fa, quando fui chiamato vescovo, desiderai che noi del vescovato andassimo a trovare coloro che erano meno attivi nella Chiesa, per vedere se potevamo fare qualcosa affinché ricevessero i benefici del Vangelo.

Un giorno, parlai con un uomo sulla cinquantina, che era un meccanico rispettato. Mi raccontò che era ancora un ragazzino quando per l'ultima volta mise piede in chiesa. Quel giorno accadde qualcosa: non si comportò bene in classe e fu più rumoroso del dovuto; l'insegnante perse le staffe, lo trascinò fuori dell'aula e gl'intimò di non ritornare indietro.

Non ritornò più.

Mi colpì molto il fatto che una frase aspra pronunciata più di quattro decenni prima avesse potuto avere un effetto tanto profondo. Ma così fu. Di conseguenza, quest'uomo non era più ritornato in chiesa. E neppure sua moglie o i figli.

Mi scusai con lui e gli espressi il mio rammarico che fosse stato trattato in quel modo. Gli dissi quanto fosse stato sfortunato che quell'unica frase pronunciata in maniera precipitosa, e tanto tempo prima, avesse causato l'esclusione della sua famiglia dai benefici che scaturiscono dall'attività nella Chiesa.

«Dopo quarant'anni», gli dissi, «è ora che la Chiesa faccia ammenda».

Feci del mio meglio. Lo rassicurai che era benvenuto e necessario. Fui felice quando, alla fine, quest'uomo e la sua famiglia ritornarono in chiesa e divennero membri forti e fedeli. In particolare, il fratello divenne un ottimo insegnante familiare, poiché aveva compreso che talvolta una parola sgarbata può avere conseguenze che si ripercuotono per tutta la vita e, forse, oltre.

La gentilezza è l'essenza della grandezza, nonché la caratteristica fondamentale degli uomini e delle donne più nobili che abbia conosciuto. È un passaporto che apre le porte e favorisce il formarsi di amicizie.

Intenerisce il cuore e foggia i rapporti che possono durare tutta la vita.

Le parole gentili non solo sollevano lo spirito nel momento in cui sono pronunciate, ma possono permanere con noi negli anni. Un giorno, ai tempi del college, una persona che aveva sette anni più di me si congratulò per la partita di football che avevo giocato. Non solo mi elogiò per la prestazione fisica, ma aveva altresì notato la mia sportività. Anche se questa conversazione avvenne oltre sessant'anni fa, e benché sia molto improbabile che colui che mi fece i complimenti si ricordi del fatto avvenuto, ricordo ancora le parole gentili pronunciate quel giorno da un certo Gordon B. Hinckley, che in seguito sarebbe divenuto presidente della Chiesa.

La premura e la gentilezza sono attributi inseparabilmente legati al presidente Hinckley. Quando nel 1963 mio padre morì, egli fu la prima persona a giungere a casa nostra. Non dimenticherò mai la sua cortesia.

Impartì a mia madre una benedizione e, tra l'altro, le promise che avrebbe avuto molte cose da attendere con gioia e che la vita sarebbe stata per lei dolce. Queste espressioni confortarono me e lei. Non dimenticherò mai la sua amabilità.

La gentilezza è l'essenza della vita celeste. È il modo in cui una persona cristiana tratta il prossimo. La bontà dovrebbe permeare tutte le nostre parole e azioni sul posto di lavoro, a scuola, in chiesa e, soprattutto, a casa.

Gesù, il nostro Salvatore, fu l'epitome della gentilezza e della compassione:

guarì gli infermi; trascorse buona parte della Sua vita a servire gli uomini, come individui o in gruppo; parlò con compassione alla donna samaritana che fu sprezzata da molti; istruì i discepoli di lasciare che i bambini piccoli

Lo avvicinassero; fu buono con tutti coloro che avevano trasgredito, condannando solo il peccato, non il peccatore; con benevolenza permise a migliaia di nefiti di farsi avanti e toccare i segni dei chiodi nelle mani e nei piedi. Il più grande atto di magnanimità, tuttavia, fu il Suo sacrificio espiatorio, che liberò tutti dagli effetti della morte e, a condizione del pentimento, dalle conseguenze del peccato.

Nella vita il profeta Joseph Smith fu un esempio di gentilezza verso tutti, giovani e vecchi. Una bambina che fu beneficiata dall'amabilità del Profeta, ricordò:

«Un giorno io e mio fratello maggiore stavamo andando a scuola, vicino all'edificio noto come il negozio di mattoni di Joseph. Il giorno prima era piovuto e il terreno era molto fangoso, in particolare lungo quella strada. Io e mio fratello Wallace affondammo con entrambi i piedi nel fango, tanto che non riuscivamo più a liberarci. E, da bambini quali eravamo, cominciammo a piangere perché pensavamo che avremmo dovuto rimanere lì. Poi, alzando gli occhi, vidi l'affettuoso amico dei bambini, il profeta Joseph Smith, che veniva verso di noi. In un attimo ci sollevò e ci portò su un terreno più asciutto. Poi si chinò e ripulì dal fango le nostre scarpe usate, tirò fuori di tasca il suo fazzoletto e ci asciugò il volto bagnato di lacrime. Ci rivolse delle parole gentili e che mettevano allegria, e poi ci mandò a scuola pieni di gioia».1

In famiglia non c'è sostituto alla gentilezza. Appresi questa lezione da mio padre, che ascoltò sempre i consigli di mia madre. Di conseguenza, era un uomo migliore, più saggio e più buono. Ho cercato di seguire le orme di mio padre e di ascoltare il punto di vista di mia moglie. Tengo in gran conto le sue opinioni. Ad esempio, quando mia moglie inizia una frase con l'espressione «ritengo che potresti pensare a...», le presto immediatamente attenzione e inizio a cercare nella mente qualcosa che potrei aver sbagliato. Spesso, prima che abbia finito di parlare,

ho già trovato nella mente un modo magnifico per scusarmi.

Mia moglie è davvero un modello di gentilezza, dolcezza e compassione. Il suo intuito, consiglio e sostegno sono stati per me di valore inestimabile.

Grazie a lei, anche io sono una persona più saggia e più buona.

Ciò che dici, il tono della voce, la rabbia o la calma nel parlare sono cose che i figli o altre persone notano. Essi vedono e imparano la gentilezza o la scortesia da ciò che noi diciamo o facciamo. Nulla rivela la nostra vera indole se non il modo in cui ci trattiamo l'un l'altro in famiglia.

Spesso mi chiedo il motivo per cui alcune persone pensano di dover essere critiche nei confronti altrui. Suppongo che diventi per loro un'abitudine tanto naturale, che spesso non se ne rendono neppure conto. Sembrano condannare tutto e tutti: il modo in cui la sorella Jones dirige la musica, come il fratello Smith presenta una lezione o tiene il giardino.

Anche quando pensiamo di non ferire nessuno con le nostre critiche, spesso esse si trascinano dietro delle conseguenze. Mi viene in mente il bambino che consegnò una busta delle donazioni al vescovo, indicandogli che era per lui. Il vescovo, cogliendo l'occasione didattica,

gli spiegò che avrebbe dovuto contrassegnare nel fogliettino se il denaro fosse per la decima, le offerte di digiuno o altro. Il piccolo insistette asserendo che i soldi erano proprio per il vescovo. Quando questi gli chiese il motivo, la risposta fu:

«Perché mio padre dice che lei è un <povero vescovo>!»

La Chiesa non è un luogo dove gente irreprensibile si riunisce per esprimere concetti ineccepibili, partorire idee ineguagliabili e provare sentimenti eccezionali, bensì dove persone imperfette si riuniscono per incoraggiarsi, sostenersi e rafforzarsi a vicenda con l'intento di ritornare al nostro Padre celeste.

Tutti percorriamo nella vita strade diverse. Ognuno progredisce ad un passo differente. Le tentazioni che affliggono un vostro fratello, possono non turbarvi affatto. Le forze che possedete possono apparire inviciniabili ad altri.

Non disdegnate coloro che sono meno perfetti di voi. Non ve la prendete se qualcuno non cuce bene come voi, non è all'altezza dei vostri lanci, non riesce a remare o zappare come voi.

Siamo tutti figli del nostro Padre celeste e siamo qui con il medesimo scopo: imparare ad amare Dio con tutto il cuore, anima, mente e forza, come pure amare il nostro prossimo come noi stessi.²

Un modo per misurare il proprio valore nel regno di Dio è chiedersi:

«Quanto sto facendo per aiutare il mio prossimo a raggiungere il suo potenziale? Nella Chiesa, sostengo le persone o le critico?»

Se state biasimando gli individui, state attaccando la Chiesa. Se state edificando le persone, state erigendo il regno di Dio. Proprio come il Padre celeste è benevolo, altrettanto dovremmo essere noi con gli altri.

L'anziano James E. Talmage, ricordato per i suoi insegnamenti dottrinali, mostrò grande gentilezza verso dei vicini in difficoltà, che neppure conosceva. Quando era ancora un giovane padre, prima di diventare apostolo, si avvide delle enormi sofferenze in cui versavano alcuni vicini, la cui famiglia numerosa era stata affetta dalla temuta difterite. Non gl'importò che non fossero fedeli della Chiesa, la sua bontà e carità lo spinsero a intervenire. La Società di Soccorso stava cercando disperatamente di trovare persone che dessero una mano, ma nessuno si faceva avanti a causa della natura contagiosa della patologia.

Quando si presentò, Talmage trovò il figlioletto di uno-due anni già morto, due altri in grande agonia per il morbo. Si mise subito all'opera, sistemò la casa in disordine, preparò il pargolo defunto per il funerale, deterse e assistette gli altri bambini malati, trascorrendo l'intera giornata in questa maniera. Ritornò il mattino seguente e trovò che un altro figlioletto era morto durante la notte. Una terza bimbetta stava ancora soffrendo terribilmente. Nel diario scrisse: «Mi si aggrappò al collo, tossendomi spesso [germi] in faccia e sui vestiti... tuttavia non potei allontanarla da me.

Nella mezz'ora che precedette la sua morte, camminai per la stanza con la creaturina tra le braccia. Morì in agonia alle 10:00». I tre bambini erano dipartiti tutti nell'arco di ventiquattro ore. Aiutò dipoi la famiglia nei preparativi per la sepoltura e parlò al servizio funebre.³ Fece tutto questo per una famiglia di sconosciuti. Quale magnifico esempio di bontà cristiana!

Quando siamo ripieni di benevolenza, non siamo censori. Il Salvatore ha insegnato: «Non giudicate, e non sarete giudicati; non condannate, e non sarete condannati; perdonate, e vi sarà perdonato». ⁴ Egli, inoltre, ha spiegato: «Col giudizio col quale giudicate, sarete giudicati; e con la misura onde misurate, sarà misurato a voi». ⁵

«Ma», potreste chiedervi, «se le persone sono scortesie?»

Amatele.

«E se sono riprovevoli?»

Amatele.

«Ma che cosa succede se offendono? Allora sicuramente devo fare qualcosa?»

Amatele.

«Caparbie?»

La risposta è identica. Siate gentili. Amatele.

Perché? Nelle Scritture Giuda ha insegnato: «E abbiate pietà degli uni che sono nel dubbio».6

Se solo siamo gentili, chi può dire che influenza eterna possiamo avere?

Fratelli e sorelle, il vangelo di Gesù Cristo trascende la vita terrena. La nostra opera qui è una parvenza di cose più grandi e inimmaginabili che sono a venire.

I cieli si aprirono al profeta Joseph Smith. Egli vide il Dio vivente e Suo Figlio, Gesù il Cristo.

Ora un profeta, il presidente Gordon B. Hinckley, percorre la terra e ci fornisce una guida per il nostro tempo.

Come il nostro Padre celeste ci ama, anche noi dovremmo amare i Suoi figli.

Possiamo noi essere modelli di gentilezza. Possiamo vivere sempre all'altezza delle parole del Salvatore: «Da questo conosceranno tutti che siete miei discepoli, se avete amore gli uni per gli altri».7 Di questi principi rendo testimonianza nel sacro nome di Gesù Cristo.

Amen.

Che cos'è la Sadaqa o Sadaqah?

La Chiesa di Gesù Cristo dei Santi degli Ultimi Giorni

<https://www.islamic-relief.it/cosa-facciamo/sadaqa/>

La Sadaqa o Sadaqah è un atto volontario di carità motivato da generosità, amore, compassione o fede verso un altro essere vivente.

Questi atti non sono necessariamente fisici o legati al denaro. Anche azioni semplici, come un sorriso, sono considerate atti di Sadaqa.

Il Profeta Muhammad (Pace e benedizione su di Lui) ha enfatizzato l'importanza della Sadaqa in molti ahadith (detti):

“La Sadaqa estingue il peccato come l'acqua estingue il fuoco.” Hadith | Tirmidhi

Pertanto, qualsiasi atto di gentilezza o sostegno verso ad altri esseri (compresi gli animali) per amore di Allah swt, può essere considerato una Sadaqa o un atto di beneficenza.

Alcuni esempi di Sadaqa

Tantissimi atti possono essere considerati atti di Sadaqa, da un atto di gentilezza a una donazione in denaro.

Ad esempio, Sadaqa può essere fare una donazione volontaria, aiutare una persona che ha bisogno, regalare un sorriso o persino rimuovere un oggetto dannoso dalla strada. Anche le donazioni per Aqiqa, Fidya e Kaffara sono esempi di Sadaqa.

Alcuni esempi includono:

Fare una donazione a qualcuno che ha bisogno

Preparare del cibo per gli altri

Insegnare il Corano

Sorridere agli altri

Innaffiare una pianta

Prendersi cura di un animale

Rimuovere qualcosa di dannoso dal percorso di qualcuno

“Il Messaggero di Allah (Pace e benedizione su di Lui) disse: “Mentre un uomo stava camminando per strada, vide un ramo spinoso e lo allontanò dalla via e Allah si rallegrò della sua azione e lo perdonò per questo.”

Hadith | Al- Bukhari

Cosa significa la parola Sadaqa?

La traduzione letterale è “rettitudine”. Tuttavia, nel contesto moderno, significa “carità volontaria”. La parola deriva da sidq, che significa sincerità. Ciò suggerisce che la Sadaqa è un comportamento retto, che mostra sincerità nella fede.

Come utilizza Islamic Relief la tua Sadaqa?

Quando doni la tua Sadaqa ad Islamic Relief, puoi ad esempio cambiare il futuro di un orfano vulnerabile, assicurandogli cibo, riparo, istruzione e la possibilità di un futuro più radioso.

Donare Sadaqa può aiutare a fornire cure mediche essenziali per persone colpite da guerre e disastri, come in Yemen, Afghanistan, Siria e Palestina.

La tua Sadaqa può anche fornire mezzi di sussistenza a migliaia di persone e ad intere comunità e questo aiuta a rompere il ciclo della povertà e a migliorare le loro condizioni di vita nel lungo termine.

In breve, la tua Sadaqa ha il potere di trasformare vite

La Sadaqa e Zakat Al Mal

Zakat Al Mal è un atto caritatevole obbligatorio, per ogni musulmano i cui possedimenti totali (contante, oro, argento, azioni) siano pari o superino la soglia del Nisab su base annuale.

Mentre, la Sadaqa è un atto caritatevole interamente volontario, per cui qualsiasi donazione viene accettata, in qualsiasi momento dell'anno.

A differenza della Zakat, che ha una serie di restrizioni relative al tipo di assistenza che può fornire, la Sadaqa può essere utilizzata per qualsiasi progetto o programma a beneficio delle persone.

Sadaqa e Sadaqa Jariya, qual è la differenza?

Un concetto importante nell'Islam è quello di Sadaqa Jariya – una “carità continua”.

Il profeta Muhammad (Pace e benedizione su di Lui) disse:

“Quando una persona muore, tutte le sue azioni si interrompono tranne tre: una carità continua, una conoscenza benefica e un figlio che prega per lui.” – Hadith | Muslim

Questo è uno dei motivi per cui molti musulmani si dedicano a questo tipo di beneficenza. Essa continuerà a beneficiare chi l'ha eseguita anche dopo la sua morte.

Qualsiasi atto caritatevole che continui ad avere effetti positivi su una comunità a lungo termine, al di là del beneficio immediato, può essere considerato Sadaqa Jariya. Ciò include la costruzione di case, scuole e ospedali o l'installazione di sistemi idrici durevoli.

Oppure, trasformare un terreno arido in un campo coltivato, che continua a dare raccolti negli anni a venire; aiutare una famiglia povera ad avviare un'impresa che continua a generare profitti per le generazioni future.

In sostanza, la Sadaqa Jariya è ciò che il settore dello sviluppo internazionale oggi chiama sviluppo sostenibile, concetto promosso dall'Islam oltre 1400 anni fa. La Sadaqa Jariya comprende la maggior parte dei programmi di sviluppo sostenibile portati avanti oggi dalle ONG islamiche e non.

Quali sono i benefici della Sadaqa?

La Sadaqa è un atto caritatevole volontario portato avanti al solo scopo di compiacere Allah swt, e senza aspettarsi nulla in cambio.

Sappiamo che il profeta Muhammad (Pace e benedizione su di Lui) fu molto generoso. Donava cibo, denaro e altri beni ai poveri, spesso patendo lui stesso la fame.

Il profeta Muhammad (Pace e benedizione su di Lui) aveva un carattere impeccabile e vi è un'immensa ricompensa nel tentativo di seguire il suo comportamento esemplare. Ci sono anche numerosi ahadith (detti) che ne sottolineano l'importanza.

“L'ombra del credente nel Giorno della Resurrezione sarà la sua carità.”

Hadith | Tirmidhi

“Fai la carità senza indugio, poiché si frappone fra te e le calamità”

Hadith | Tirmidhi

Perché la Sadaqa è importante nell'Islam?

La Sadaqa non solo purifica le proprie ricchezze, ma favorisce anche il benessere della società. I musulmani hanno un legame indissolubile che li unisce, nel nome della generosità, così come la stabilità economica nelle comunità è un risultato anche della redistribuzione di questa generosità ai più bisognosi. I musulmani sono istruiti da Allah swt a cercare di donare ed essere generosi per amor Suo.

Donando la tua Sadaqa ad Islamic Relief, puoi stare certo che quest'ultima verrà usata per ridare dignità ai più bisognosi in tutto il mondo.

Non crediamo semplicemente nel distribuire aiuti alle comunità bisognose, infatti, noi investiamo nel loro futuro. Il nostro obiettivo è dare alle persone più povere e vulnerabili di tutto il mondo l'opportunità di trasformare le loro vite. Consentendo alle persone di aumentare il proprio reddito familiare e di uscire dal brutale ciclo della povertà, diamo loro la possibilità di mantenersi e di mantenere le proprie famiglie per le generazioni a venire.

“La mia religione è la Gentilezza”, le parole del Dalai Lama in visita a Milano

LibreriAmo

<https://libreriamo.it/societa/la-mia-religione-e-la-gentilezza-le-parole-del-dalai-lama-in-visita-a-milano/>

di Salvatore Galeone

Lo scorso fine settimana la città di Milano ha ospitato la massima autorità religiosa Buddhista il Dalai Lama in occasione del conferimento della cittadinanza onoraria da parte del capoluogo lombardo

MILANO – Lo scorso fine settimana la città di Milano ha ospitato la massima autorità religiosa Buddhista il Dalai Lama in occasione del conferimento della cittadinanza onoraria da parte del capoluogo lombardo.

Dopo la cerimonia di giovedì 20, sono stati organizzati tre incontri, suddivisi tra venerdì e sabato, a cura dell' Istituto Studi di Buddhismo Tibetano Ghe Pel Ling che hanno visto la calorosa partecipazione di credenti, monaci, monache e laici.

LA FONTE DELLAUTENTICA FELICITA' – Particolarmente gremita è stata la conferenza pubblica di sabato pomeriggio che ha concluso i due giorni di incontri di tenutisi a Rho Fiera Milano. Dopo una mattinata dedicata al rito di iniziazione all'Avalokiteshvara, la sessione pomeridiana si è aperta con il conferimento della cittadinanza onoraria a Tenzin Gyatzo da parte del comune di Rho, proseguendo – con grande sorpresa – con l'intervento dell'amico e seguace di Sua Santità, Richard Gere che ha tenuto a sottolineare come questo evento non fosse di natura politica a dispetto di come invece lo hanno interpretato gli appartenenti alla comunità cinese; e, definendo i Tibetani come “gli Italiani dell'Asia” per la loro accoglienza e disponibilità, ha concluso il suo intervento con un profonda citazione del poeta Rumi.

UTILIZZARE L'INTELLIGENZA – Il Dalai Lama ha esordito salutando e ringraziando il pubblico per la sua presenza ed il suo calore e ricordando in che modo siamo tutti uguali, come le nostre anime e i nostri corpi – e quelli di tutti gli esseri senzienti – si somiglino in ogni aspetto principale. Il problema di questi ultimi due secoli – ha specificato – è che troppo spesso ci riduciamo a far coincidere la felicità con l'esteriorità, con ciò che possediamo. Rispetto a tutti gli altri esseri viventi abbiamo la fortuna di avere una mente complessa che dovremmo sfruttare per risolvere le problematiche e vivere in armonia; la questione è tutta nell'imparare ad utilizzare l'intelligenza di cui siamo dotati per i giusti fini. Personalmente ho imparato a vivere in modo tranquillo utilizzando le potenzialità della mente per gli altri, aprendomi al mondo e investigando la realtà. Troppo spesso invece ci si chiude nella propria singolarità, si dà troppa enfasi all'io isolandosi dal mondo; bisogna invece iniziare a pensarci come parte di esso, gli uni uguali agli altri; dobbiamo condividere le nostre potenzialità per fare del bene e non esserne gelosi. Solo in questo modo potremo raggiungere la pace interiore e l'autentica felicità.

SECOLO DI DIALOGO E COMPASSIONE – Dobbiamo riuscire a rendere questo XXI secolo un secolo di dialogo e compassione – aggiunge – tutto questo odio e questo dolore tipici del

nostro tempo sono il frutto di una forte considerazione negativa con cui si vedono le diversità più superficiali, senza tenere conto della realtà che invece ci accomuna. Il dialogo è l'arma per rompere queste barriere e per capire finalmente che la felicità degli altri è anche la nostra.

TERRORISMO DIVERSO DA RELIGIONE – Conclude con un'importante specificazione riguardo al dramma che nell'ultimo periodo affligge troppi paesi del mondo – Vorrei inoltre che si smettesse di associare il terrorismo alla religione: terrorista è colui che danneggia l'altro, che uccide appellandosi ipocritamente a un Dio, ad una religione. Non è così; chi segue veramente una religione, chi è devoto ad un dio non potrà mai causare dolore. Non importa con quale dio si dialoghi, quale religione si professi: nessun dio o profeta chiederà ai suoi seguaci di uccidere in suo nome.

L'IMPORTANZA DEL TIBET – Secondo Sua Santità, inoltre, religione e politica devono restare separati, per questo motivo dal 2011 ha deciso di interrompere la tradizione che da più di quattrocento anni prevedeva che il Dalai Lama fosse anche capo politico del Paese. Ha poi ricordato quanto importante sia il Tibet sia dal punto di vista spirituale, nonostante le violenze e le discriminazioni è grande fonte di saggezza grazie alle sue tradizioni e al suo popolo; sia dal punto di vista ambientale: il suo altopiano infatti ospita una vasta varietà di specie animali e vegetali in un clima non esattamente accogliente e deve essere dunque preservato per il bene dell'ecosistema del nostro pianeta.

IL RISPETTO RECIPROCO – Con grande emozione e un dolce senso di familiarità ci si accorge che nonostante gli anni passino e i tempi cambino, il messaggio di questo emblema internazionale della pace, che con l'umiltà dei grandi predica il bene, resta sempre lo stesso: l'amore ed il rispetto reciproco sono alla base di un mondo felice.

Alice Turiani

La Gentilezza è gratis!

Gentium Schola Opitergium

<https://www.gsoschool.com/it/la-gentilezza-e-gratis/>

Quest'anno ho iniziato il mio progetto di CAS sulla gentilezza, la felicità e il sorriso. Ho scelto questi argomenti perché l'idea di gentilezza significa molto per me. Vengo da un paese meraviglioso, ma il concetto di gentilezza non è facile da afferrare nella comunità a cui appartengo.

Prima di venire in Italia, sognavo una vita piena di persone gentili e sorridenti.

L'idea del mio progetto è dimostrare alle persone quanto sia importante il significato di gentilezza nel nostro mondo ed io per prima voglio rendere la gente consapevole di quanto un piccolo sorriso possa essere importante nella nostra vita di tutti i giorni.

Al momento ho creato un poster con molte foto della nostra comunità scolastica in cui siamo tutti sorridenti, con lo scopo di dimostrare a tutti quanto siamo belli quando sorridiamo.

Inoltre, il mio poster parla di una gentilezza che aiuta a costruire le comunità.

Con la gentilezza, puoi raggiungere accordi, dare il tuo consenso e raggiungere la pace. Essere gentili è più difficile che trasmettere sentimenti aggressivi.

Naturalmente, anche per me non è sempre facile essere gentile, ma penso che una persona gentile sia al tempo stesso intelligente e forte.

L'aggressività è un'emozione più facile e a volte stupida. Di certo è importante lasciar uscire le nostre emozioni, ma dobbiamo trovare la nostra (possibilmente intelligente) maniera di farlo.

Sul mio poster ci sono alcune affermazioni sulla gentilezza e la felicità, ispirate dal Dalai Lama. La sua personalità e il suo modo di pensare sono fonte di ispirazione per me.

Mi piace l'idea che la religione sia molto semplice, perché per lui la religione corrisponde alla gentilezza.

L'essenza di tutte le religioni è l'amore, la compassione e la tolleranza. La gentilezza è la mia vera religione. Non importa che tu sia istruito o meno, che tu creda nella vita dopo la morte, che tu creda in Dio o in Buddha o in qualche altra religione oppure in niente, nella vita di tutti i giorni devi essere una persona gentile

Dalai Lama

Supporto l'idea che non importa in che religione crediamo, abbiamo solo bisogno di essere gentili con le persone, avere un buon cuore ed essere umani. Dobbiamo essere gentili, perché non conosciamo i sentimenti delle altre persone, i loro problemi e le loro vite. È una semplice parola gentile detta da te, può rendere il mondo un posto migliore. Non è meraviglioso?

Nel mio poster è presente anche la parola sorriso, scritta in lingue diverse, quelle parlate dalla nostra comunità. Le parole sono differenti, ma ciò che conta davvero è il significato.

Ringrazio tutti coloro che hanno partecipato, che mi hanno aiutata e supportata e mi auguro di poter ulteriormente sviluppare questo progetto in futuro.

Qualcuno un giorno mi ha chiesto in che modo il sorriso è legato alla gentilezza.

Ad essere onesta, all'inizio il mio progetto prevedeva solo un'analisi del concetto di sorriso, ma poi ho deciso di legarlo all'idea di gentilezza, che mi sembra avere un'importanza cruciale nel mondo odierno, in cui a volte sorridere diventa persino un problema.

Non importa, sorridi comunque! Sorridere è un atto fisico di gentilezza che in realtà influisce nel modo in cui ci sentiamo e in cui facciamo sentire gli altri. In "Psychology Today", Adrian Furnham scrive "nelle vendite, nelle negoziazioni, nelle situazioni di accoglienza, la persona che sorride per prima aumenta la possibilità che l'altra persona sorrida a sua volta, favorendo la fiducia e il piacere reciproco, quindi la "cooperazione" e la disponibilità. Sorridere aiuta a tenere unite le persone."

Quindi sorridi e sii gentile! È gratis!

Eva Kolbina

Studentessa IGCSE

La #Gentilezza di Stato e i tesori dimenticati

CulturaCattolica.it

<https://www.culturacattolica.it/attualit%C3%A0/in-rilievo/ultime-news/2020/08/01/la-gentilezza-di-stato-e-i-tesori-dimenticati>

Un giorno il giovane Piergiorgio Frassati uscendo dalla Chiesa dopo la S. Messa, teneva ancora in mano la corona del Rosario. Un conoscente passò lì davanti proprio in quel momento: «Oh, Piergiorgio, sei diventato bigotto?»

«No! Sono rimasto cristiano!»

Grazie all'amico Claudio Mancini, che ci ricorda le radici autentiche della nostra «gentilezza», quella posizione umana così ragionevole perché non melensa e sentimentale, ma esito di quella ragionevolezza che sa tenere conto di tutti i fattori, e che sa riconoscere la luce autentica dal brillio fasullo. Negli ultimi giorni si è imposta alla mia attenzione la figura di Daniel Lumera (pseudonimo di Giovanni Andrea Pinna). Il mio interesse nasce dalla roboante e velleitaria dichiarazione apparsa sui media locali per cui San Marino sarà il primo Stato gentile al mondo; solenne impegno che tre Segretari di Stato hanno sottoscritto a nome del Paese di fronte al signor Lumera, il quale prende atto dell'impegno assunto.

Fortunatamente non è chiaro cosa succederà se gli 8 punti non verranno tutti tempestivamente realizzati. Saremo "gentilmente" richiamati dal Lumera?

Mah, vedremo!

Ma non è di politica sammarinese che vorrei parlare quanto di Daniel Lumera, scrittore e conferenziere, nonché esperto nell'area delle scienze del benessere, della qualità della vita e nell'educazione alla consapevolezza.

Cose di cui, per certi aspetti, mi sentirei esperto anch'io!

Su internet si può trovare abbondantissimo materiale sulle sue concezioni, che ad una prima superficiale occhiata, possono sembrare emerite banalità:

è meglio essere gentili che vivere perennemente incarogniti, perdonare è una azione più intelligente rispetto a legarsi attorno a un dito ogni minimo torto subito, se riusciamo a star sereni anche la salute fisica ne guadagna, se non ci strafoghiamo nel cibo è meglio, e altri "originalissimi" consigli.

Sia chiaro, nulla contro questa persona che ha trovato il modo per vivere bene e raccontandolo riesce a fare anche dei quattrini. Anzi, chapeau!

Ma andando più in profondità, ovvero cercando le premesse filosofiche e gli obiettivi ultimi della sua "vision", le cose si fanno interessanti.

Emergono alcuni principi che cerco di sintetizzare molto approssimativamente:

Attraverso una serie di pratiche (meditazione, digiuni, lavoro su noi stessi, ...) diventiamo padroni non solo del nostro mondo, ma dell'intera realtà;

Non esistono il bene e il male, il giusto o sbagliato, tutto dipende dalla prospettiva con cui guardiamo la realtà;

I mali del nostro mondo sono originati dalla concezione cristiana; occorre liberarci dai codici antichi di colpa, peccato, giustizia, ecc.

Tutto è energia, vibrazioni, ecc. il nostro destino è fonderci nell'indistinto del Tutto.

È chiara la matrice culturale panteistica, gli influssi induisti, buddisti, ecc.

ma non solo. Si cercano di fondere antichi insegnamenti orientali con la fisica quantistica (di cui credo che ben pochi comprendano qualcosa!), si percorrono gli ambiti di frontiera della medicina relativamente ai quali non vi sono ancora certezze consolidate, si effettuano collegamenti arditamente, strumentali alla giustificazione delle proprie teorie (neuroscienze, epigenetica, scienza dei telomeri, nuove concezioni dell'evoluzionismo, ecc).

E pure concedendo credito scientifico a tutto ciò, i concetti di benessere e qualità della vita non sono affatto univoci, né legati necessariamente alla longevità o alla salute fisica.

Ciò che mi stupisce e verso cui rivolgo la mia vis polemica, in realtà, non sono queste concezioni. Il disappunto nasce dal vedere la facile presa che tutto ciò ha nella gente comune e dalla constatazione che abbiamo dimenticato, come popolo, le nostre radici culturali cristiane. Siamo pecore senza pastore, viandanti così assetati da bere qualunque acqua si presenti davanti a noi. Abbiamo dimenticato che gli aspetti positivi di quanto Lumera dice – i benefici della meditazione, del perdono, di una sana alimentazione, della gentilezza, ... – si ottengono in maniera più consistente attraverso le “vecchie” pratiche della vita cristiana: la preghiera, il digiuno, le opere di carità, la continenza, la vigilanza, le virtù cardinali e teologali. Con l'aggiunta dei doni dello Spirito Santo: sapienza, intelletto, consiglio, forza, scienza, pietà, timor di Dio. Ma soprattutto non sembra ormai interessare a nessuno la Vita Eterna che attende il cristiano dopo la morte e su cui dalle filosofie orientali ci separa un abisso.

Perché tutto ciò è accaduto? Su come si sia arrivati a buttare alle ortiche il preziosissimo tesoro che avevamo già in casa per acquistare nuove monete di dubbio valore ho molte idee, che però preferisco approfondire ulteriormente e dedicarvi riflessioni successive.

Claudio Mancini

Il bisogno di maggior Gentilezza

La Chiesa di Gesù Cristo dei Santi degli Ultimi Giorni

<https://www.churchofjesuschrist.org/study/general-conference/2006/04/the-need-for-greater-kindness?lang=ita>

Gordon B. Hinckley

President of the Church

Perché dovremmo essere scortesì e antipatici con gli altri? Perché non possiamo essere amici di tutti coloro che ci circondano?

Il fratello Monson è difficile da seguire. È pieno di umorismo ma anche di tanta sincerità.

Grazie, fratelli, per la vostra fede e le vostre preghiere. Le apprezzo molto.

Quando un uomo invecchia, sviluppa un tocco più affettuoso, un modo di fare più gentile. Di recente ho pensato molto a questo.

Mi sono domandato perché nel mondo vi sia tanto odio. Siamo coinvolti in terribili guerre dove si perdono molte vite e s'infliggono ferite permanenti.

Ma senza andare troppo lontano, c'è tanta gelosia, orgoglio, arroganza, lamentele e critiche; padri che si arrabbiano per cose piccole e insignificanti, che fanno piangere le mogli e spaventano i figli.

Le distinzioni razziali continuano ad essere presenti. Mi è stato riferito che questo è presente anche fra di noi. Non capisco come ciò possa accadere. Mi era sembrato che tutti avessimo gioito della rivelazione ricevuta nel 1978 dal presidente Kimball. Nel momento in cui accadde io mi trovavo nel tempio.

Non v'era alcun dubbio nella mia mente, e nella mente dei miei colleghi, che ciò che era stato rivelato fosse l'intenzione e il volere del Signore.

Ora mi viene riferito che insulti razzisti e commenti denigratorie sono a volte uditi fra di noi. Vi ricordo che nessun uomo che proferisca commenti sprezzanti riguardo a persone di una razza diversa può considerarsi un vero discepolo di Cristo. E neppure può considerarsi in armonia con gli insegnamenti della Chiesa di Cristo. Come può un uomo che detiene il Sacerdozio di Melchisedec, presumere con arroganza di essere qualificato ad avere il Sacerdozio mentre un altro uomo, che vive rettamente, ma che ha la pelle di un altro colore, non sia idoneo?

Durante il mio incarico, quale membro della Prima Presidenza, ho riconosciuto e parlato molte volte riguardo alle diversità che esistono nella nostra società. Tutto ha a che vedere con noi, e dobbiamo sforzarci di andare incontro a quelle diversità.

Tutti noi dobbiamo riconoscere che ciascuno è un figlio, o una figlia, del nostro Padre celeste che ama tutti i Suoi figli.

Fratelli, nel sacerdozio di questa Chiesa non v'è spazio per le discriminazioni razziali. Se qualcuno, fra coloro che mi stanno ascoltando, ha l'abitudine di discriminare, che vada dinanzi al Signore per richiedere il perdono e non sia più coinvolto in tale pratica.

Spesso, ricevo lettere nelle quali gli autori mi suggeriscono degli argomenti da trattare alla conferenza. Una di esse mi è arrivata l'altro giorno. È scritta da una donna che ha indicato che il suo primo matrimonio era terminato con il divorzio. Ella incontrò successivamente un uomo che sembrava essere molto gentile e rispettoso. Tuttavia, dopo il matrimonio, lei scoprì che le sue finanze erano allo sbaraglio; egli aveva pochi soldi ma lasciò lo stesso il lavoro e rifiutò di avere un'occupazione. Ella fu quindi costretta ad andare a lavorare per provvedere alla

famiglia.

Gli anni passarono e lui rimase disoccupato. Lei menziona quindi due altri uomini che seguono lo stesso esempio, rifiutandosi di andare a lavorare mentre le loro mogli sono costrette a dedicare lunghe ore per provvedere al mantenimento dei familiari.

Paolo disse a Timoteo: «Se uno non provvede ai suoi, e principalmente a quelli di casa sua, ha rinnegato la fede, ed è peggiore dell'incredulo» (1 Timoteo 5: 8). Queste sono parole molto forti.

Il Signore ha detto nella rivelazione moderna:

«Le donne hanno diritto di essere mantenute dal marito finché il loro marito non sia preso...

Tutti i figli hanno diritto ad essere mantenuti dai genitori, finché siano maggiorenni» (DeA 83:2, 4).

Dagli inizi di questa Chiesa i mariti sono stati considerati responsabili di guadagnare il pane per la famiglia. Credo che nessun uomo che si rifiuti di lavorare per sostenere la sua famiglia, se è fisicamente in grado di farlo, possa considerarsi un membro di buona reputazione.

Prima ho dichiarato di non sapere come mai v'è tanto conflitto, odio e amarezza nel mondo. Naturalmente so che tutto ciò è l'opera dell'avversario.

Egli lavora su di noi individualmente. Egli distrugge uomini forti. Egli lo ha fatto dal tempo dell'organizzazione di questa Chiesa. Il presidente Wilford Woodruff affermò:

«Ho visto Oliver Cowdery quando sembrava che la terra tremasse sotto i suoi piedi. Non ho mai udito un uomo portare una testimonianza più possente di quella che egli portò quando era sotto l'influenza dello Spirito, tuttavia, nel momento stesso in cui si allontanò dal regno di Dio, tale potere svanì... Egli fu privato della sua forza, come Sansone sulle ginocchia di Delila. Egli perse il potere e la testimonianza che aveva avuto e, sino alla fine dei suoi giorni, non li riottenne più nella loro pienezza, benché sia morto da [membro della] Chiesa» (vedere Insegnamenti dei presidenti della Chiesa: Wilford Woodruff, 108).

Ho il permesso di raccontarvi la storia di un giovane uomo che è cresciuto nella nostra comunità. Egli non era un membro della Chiesa. Lui e i suoi genitori erano praticanti in un'altra fede.

Egli affermò che mentre cresceva, alcuni dei suoi compagni Santi degli Ultimi Giorni lo sminuivano, lo facevano sentire fuori luogo e lo prendevano in giro.

Egli iniziò a odiare questa Chiesa e il suo popolo. Egli non vedeva alcun bene in essi.

Poi accadde che suo padre perse il lavoro e dovette trasferirsi. Nella nuova località, all'età di 17 anni fu in grado di iscriversi all'università. Lì, per la prima volta nella sua vita, sentì l'amore dei suoi amici; uno di loro, chiamato Richard, gli chiese di unirsi a un'organizzazione della quale egli era il presidente. Egli scrive: «Per la prima volta nella mia vita qualcuno mi voleva attorno a sé. Non sapevo come reagire, ma accettai con gratitudine... Era una sensazione che amavo, la sensazione di avere un amico. Avevo pregato tutta la vita per avere un amico. Ed ora, dopo 17 anni d'attesa, Dio aveva risposto alla mia preghiera».

All'età di 19 anni egli si ritrovò ad essere il compagno di tenda di Richard durante un lavoro estivo. Egli notò che ogni sera Richard leggeva un libro.

Gli chiese cosa leggesse. Gli fu detto che egli leggeva il Libro di Mormon. Poi aggiunge: «Cambiai velocemente discorso e andai a letto. Dopo tutto, quello era il libro che aveva rovinato la mia infanzia. Provai a dimenticarmene, ma dopo una settimana ancora non riuscivo a addormentarmi. Perché lo leggeva ogni sera? Presto non potei più sopportare quella domanda senza risposta nella mia testa. Così una sera gli chiesi cosa ci fosse di tanto importante in quel libro. Che cosa conteneva? Mi porse il libro. Risposi velocemente che non avevo mai voluto toccare il libro. Volevo solo sapere cosa contenesse.

Egli iniziò a leggere da dove si era fermato. Egli lesse riguardo a Gesù e riguardo a

un'apparizione nelle Americhe. Ne fui sbalordito. Non pensavo che i Mormoni credessero in Gesù».

Richard gli chiese di cantare con lui nel coro di una conferenza di palo. Il giorno arrivò e la conferenza iniziò. «L'anziano Gary J. Coleman, del primo quorum dei Settanta, era l'oratore principale. Ho scoperto durante quella conferenza che anche lui [era un convertito]. Al termine Richard iniziò a tirarmi per il braccio perché andassi a parlargli. Alla fine acconsentii e mentre lo avvicinavo lui si girò verso di me e mi sorrise. Mi presentai e dissi che non ero membro della Chiesa ma che ero solo venuto per cantare nel coro. Egli sorrise, disse che era felice che fossi lì e affermò che la musica era stata ottima. Gli chiesi come aveva saputo che la Chiesa era vera. Mi diede una breve versione della sua testimonianza e mi chiese se avessi letto il Libro di Mormon. Risposi di no. Mi promise che la prima volta che l'avessi letto avrei sentito lo Spirito».

In un'altra occasione questo giovane e il suo amico stavano viaggiando insieme. Richard gli porse un Libro di Mormon e gli chiese di leggere ad alta voce. Egli lo fece e immediatamente l'ispirazione dello Spirito Santo lo toccò.

Il tempo passò e la sua fede crebbe. Egli accettò di essere battezzato. I suoi genitori si opposero, ma egli perseverò e fu battezzato quale membro della Chiesa.

La sua testimonianza continua a rafforzarsi. Solo poche settimane fa si è sposato con una bellissima ragazza appartenente alla Chiesa, per il tempo e l'eternità, nel Tempio di Salt Lake. L'anziano Gary J. Coleman ha celebrato il suggellamento.

Questa è la fine della storia, ma in essa ci sono delle importanti dichiarazioni.

Primo, la triste maniera con cui quei giovani compagni in una comunità mormone lo hanno trattato.

Poi, il modo in cui il suo nuovo amico Richard lo ha trattato. Fu totalmente diverso dalla sua precedente esperienza. Ciò portò alla sua conversione e battesimo nonostante la grande opposizione.

Questo genere di miracoli possono succedere e accadranno quando v'è gentilezza, rispetto e amore. Perché dovremmo essere scortesie e antipatici con gli altri? Perché non possiamo essere amici di tutti coloro che ci circondano? Perché c'è tanta amarezza e animosità? Questo non fa parte del vangelo di Gesù Cristo.

Tutti inciampiamo occasionalmente. Tutti facciamo degli errori. Voglio citare le parole che Gesù menzionò nella Sua preghiera: «E rimettici i nostri debiti come anche noi li abbiamo rimessi ai nostri debitori» (vedere Matteo 6:12; Joseph Smith Translation, Matthew 6:13).

William W. Phelps, che era molto amico del profeta Joseph, lo tradì nel 1838, causando l'incarcerazione del profeta nel Missouri. Riconoscendo il gran male che aveva commesso, il fratello Phelps scrisse al Profeta supplicando il perdono. Il profeta replicò in parte come segue: «è vero che noi abbiamo sofferto molti dolori a seguito del tuo comportamento—la coppa dell'amarezza, già abbastanza piena per degli esseri mortali che dovevano berla, si riempì veramente sino a straripare allorché tu ti rivoltasti contro di noi...

Tuttavia, abbiamo bevuto la coppa, la volontà del Padre nostro è stata fatta, e noi siamo ancora vivi, della qual cosa ringraziamo il Signore...

Credendo che la tua confessione sia reale, e il tuo pentimento sincero, io sarò nuovamente felice di porgerti la mano dell'accoglienza e mi rallegro del ritorno del figliuol prodigo.

Domenica scorsa la tua lettera è stata letta ai santi, ed in quella circostanza abbiamo colto l'espressione dei loro sentimenti quando è stato deciso all'unanimità che W. W. Phelps venisse nuovamente riaccolto fra noi.

«Vieni fratello caro, poiché la guerra è passata.

Coloro che prima erano amici, alla fine son di nuovo amici» (Insegnamenti del profeta Joseph Smith, compilati da Joseph Fielding Smith, 128).

Fratelli, è questo spirito espresso dal profeta che dobbiamo coltivare nella nostra vita. Non possiamo prenderlo alla leggera. Siamo membri della Chiesa del nostro Signore. Abbiamo degli obblighi verso di Lui, come pure verso noi stessi e verso gli altri. Questo vecchio mondo peccaminoso necessita d'uomini di forza, uomini di virtù, uomini di fede e rettitudine, uomini disposti a perdonare e a dimenticare.

In conclusione, sono felice di far notare che gli esempi e le storie da me citati non rappresentano le azioni e l'atteggiamento della grande maggioranza del nostro popolo. Vedo tutt'attorno a me meravigliosi atti d'amore e di preoccupazione nei confronti degli altri.

Una settimana fa questa sala era piena di bellissime giovani donne che stanno cercando di vivere il Vangelo. Esse sono generose l'una con l'altra.

Cercano di rafforzarsi reciprocamente. Sono l'orgoglio dei loro genitori e delle case dalle quali vengono. Esse si stanno avvicinando all'età adulta e continueranno a seguire gli ideali che ora le stanno motivando.

Pensate all'immenso bene fatto dalle donne della Società di Soccorso.

L'ombra delle loro benevoli opere si estende su tutta la terra. Le donne porgono la mano e donano il proprio tempo, le amorevoli cure e le risorse per assistere i poveri e i malati.

Pensate al programma di benessere con i volontari che forniscono cibo, vestiti e altri articoli necessari a coloro che soffrono.

Pensate alla grandezza dei nostri sforzi umanitari che vanno al di là della Chiesa per raggiungere le nazioni della terra distrutte dalla povertà. Il flagello del morbillo è stato eliminato in molte zone grazie ai contributi di questa Chiesa.

Ammirate l'opera del Fondo perpetuo per l'educazione nel sollevare migliaia di giovani dall'abisso della povertà fino alla luce della conoscenza e della prosperità.

E così potrei continuare ricordandovi gli ampi sforzi delle buone persone di questa Chiesa che sono di beneficio reciproco in una maniera che si estende in tutto il mondo, ai poveri e agli afflitti della terra.

Non v'è limite al bene che possiamo compiere, all'influenza che possiamo avere sugli altri. Non siamo critici o negativi. Preghiamo per avere forza, preghiamo per avere la capacità e il desiderio di assistere gli altri. Irradiamo la luce del Vangelo sempre e ovunque, in modo che lo Spirito del Redentore sia vista per nostro tramite.

Usando le parole del Signore a Giosuè: «Sii forte e fatti animo; non ti spaventare e non ti sgomentare, perché l'Eterno, il tuo Dio, sarà teco dovunque andrai» (Giosuè 1:9).

Nel nome di Gesù Cristo. Amen.

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA ED EDUCAZIONE

Il termine “gentilezza” indica un’attitudine non molto praticata. Nella vita quotidiana e sui media sembra dominare l’aggressività, spopolano gli urlatori, vince chi riesce a zittire gli altri. Al punto che il Papa parlando di una persona gentile la definisce un miracolo. La gentilezza è sapere condividere il peso degli altri, antidoto all’indifferenza.

La virtù della gentilezza non si rivolge solo ai cristiani ma a tutte le religioni, a quanti hanno a cuore le sorti dell’umanità, del creato, degli emarginati, per scrivere insieme strade inedite per il bene di tutti.

Bisogna mettere al centro la persona, l’umanità ha bisogno di persone che gioiscano della vita, che si coinvolgano con responsabilità e con dignità nella storia del nostro tempo, nella cosa pubblica, superando gli steccati dell’egoismo.

“La mia religione è molto semplice, la mia religione è la gentilezza”, queste parole dette dal Dalai Lama mettono in luce il valore spirituale della gentilezza.

Gentilezza, ottimismo, felicità sono tutti valori positivi fortemente interconnessi tra loro. La gentilezza, infatti, è in grado di generare un circolo virtuoso di felicità, ottimismo, predisposizione a comportamenti più sani in chi compie atti gentili, ma anche in chi li riceve.

E tutte le religioni portano con sé il dono della gentilezza.

Educare alla Gentilezza

Erickson

<https://www.erickson.it/it/mondo-erickson/educare-alla-gentilezza>

di Safia Cramerotti

1 marzo 2024

È possibile educare alla gentilezza? Certamente è un compito e una sfida complessa, ma non impossibile. Quindi gentili si può nascere, ma si può anche diventare, seguendo la raccomandazione di Seneca che “ovunque ci sia un essere umano, vi è la possibilità per una gentilezza”.

Essere gentili implica un’apertura e un’attenzione all’altro per comprenderlo empaticamente, ma anche capacità di riflettere su se stessi cogliendo i propri bisogni e quelli altrui, per essere poi in grado di pensare, agire e comunicare attraverso parole e azioni gentili.

Educare bambini/e, ragazzi/e ad essere gentili nella vita di oggi contribuirà a fare di loro degli adulti migliori nella vita di domani.

Potremmo dire che la gentilezza non passa mai di moda, anche se oggi sembra sempre più rara e poco praticata.

Il 13 novembre si celebra la “Giornata mondiale della gentilezza” nata in Giappone nel 1988 ad opera del gruppo Small Kindness Movement sulla scia del Movimento mondiale per la gentilezza. Da lì si è rapidamente diffusa in tutto il mondo e viene festeggiata proprio in questa data.

Ovviamente si tratta di una data celebrativa, in quanto siamo chiamati a praticare e ad educare alla gentilezza ogni giorno dell’anno.

L’attenzione e il rispetto dell’altro, l’accoglienza e la valorizzazione di tutte le differenze che caratterizzano le persone, praticare con pazienza la cura e l’ascolto dei bisogni degli altri, sono tutte “posture” e azioni che siamo chiamati ad agire ogni giorno, partendo proprio dalle piccole cose che caratterizzano il nostro quotidiano nei nostri vari e diversificati contesti di vita. Si tratta quindi di assumere un approccio altruistico che non solo fa bene agli altri ma anche a noi stessi.

Parole come grazie, prego, scusa, per favore, ecc. non devono appartenere a frasi fatte e convenzionali di buona educazione, quanto piuttosto far parte di un’attenta pratica relazionale verso l’altro basata su un sentimento di generosità altruistica, una disponibilità a porsi in ascolto, per poter poi agire e comunicare in modo adeguato.

Ma come è possibile educare bambini/e, ragazzi/e alla gentilezza? Ci sono strategie e indicazioni metodologiche utili per coloro che ricoprono ruoli educativi nella scuola, nell’extrascuola e in famiglia?

Una prima indicazione ci proviene dalla teoria dello psicologo Albert Bandura che si potrebbe riassumere nel motto “se vuoi educare un bambino ad essere gentile, sii gentile tu stesso”.

Con i suoi studi a partire dagli anni Sessanta nell’ambito dell’apprendimento sociale, Bandura ha evidenziato come l’apprendimento di determinati comportamenti e modi di agire non implichi esclusivamente il contatto diretto con determinate situazioni specifiche, ma avvenga anche attraverso esperienze indirette, sviluppate tramite l’osservazione e la successiva imitazione del comportamento di altre persone.

Si può quindi imparare anche in situazioni e attraverso esperienze indirette, in cui non si agisce in prima persona, ma si osserva un’altra persona in azione. Si tratta dell’imitazione di

un modello di riferimento e del successivo modellamento del proprio comportamento sulla base del comportamento osservato in altre persone e tramutandolo, poi, in azioni e atteggiamenti ben precisi.

Le persone apprendono quindi tramite modelli di comportamento;

solitamente tale modello è rappresentato dalle persone di riferimento più importanti e salienti in un determinato contesto.

Grazie a questi studi oggi sappiamo con certezza che il comportamento di una figura adulta è una delle principali fonti di apprendimento per bambine/e e ragazzi/e. Questo fa assumere quindi una posizione di ancora maggiore responsabilità alle figure di riferimento educativo che possono realmente fare la differenza, proprio a partire dal loro agire quotidiano che fungerà da esempio.

Un esempio molto semplice in questa direzione è quello di prediligere sempre un dialogo pacato e rispettoso piuttosto che grida e atteggiamenti aggressivi.

Allargando lo sguardo a quelle che possono essere le metodologie educativo-didattiche da utilizzare a scuola per promuovere la gentilezza e lo sviluppo di competenze prosociali c'è indubbiamente il cooperative learning (apprendimento cooperativo).

Creare un ambiente di apprendimento cooperativo e collaborativo, in cui gli altri sono accolti, rispettati e con i quali ci si relaziona con gentilezza è alla base di un apprendimento significativo anche sul piano emotivo, sociale e interpersonale.

L'apprendimento cooperativo è un approccio che si basa sull'interazione all'interno di un gruppo di alunni/e che collaborano al fine di raggiungere un obiettivo comune, attraverso un lavoro di co-costruzione, responsabilità e interdipendenza reciproca. Ogni studente è quindi indispensabile per la realizzazione del lavoro complessivo e il raggiungimento degli obiettivi di tutto il gruppo.

Quasi certamente un alunno/a che ha avuto modo di partecipare ad esperienze di lavoro cooperativo nel suo percorso scolastico, sarà un adulto maggiormente predisposto a cooperare nella vita lavorativa e sociale, e a relazionarsi con rispetto e gentilezza.

Inoltre, sarà importante anche impostare un intervento educativo-didattico mirato allo sviluppo delle social skills (competenze sociali), tanto richieste oggi praticamente in tutte le professioni lavorative.

Si tratta dell'insieme di abilità e competenze personali riconducibili alla sfera sociale e relazionale, che usiamo per comunicare e interagire verbalmente e non verbalmente (attraverso i gesti e il linguaggio corporeo).

Anche queste sono fortunatamente competenze che possono essere insegnate e apprese e che vanno adeguatamente sviluppate e "allenate" fin da piccoli.

Il potere dell'educazione: la Gentilezza come scelta

Alley Oop

https://alleyoop.ilsole24ore.com/2018/01/18/il-potere-delleducazione-affettiva-la-gentilezza-come-scelta/?refresh_ce=1

“Quando ti viene data la possibilità di scegliere se avere ragione o essere gentile, scegli di essere gentile”.

E' una frase del Dr Wayne W. Dyer, uno psicoterapeuta americano, che continua a ritornarmi in mente, da quando l'ho sentita recentemente nel film “Wonder” (di cui abbiamo parlato anche qui). Scegli di essere gentile.

Ne è convinto anche August, il bambino protagonista, affetto da una grave patologia congenita, costretto a subire decine di operazioni e a convivere con un aspetto fisico considerato “non normale”. La famiglia vive con ansia l'inserimento del proprio figlio al primo anno di scuola media, col conseguente dramma, che coinvolge tutti i componenti, della difficoltà di trovare inclusione e accoglienza da parte del gruppo dei coetanei.

Ma cosa è la gentilezza? E a cosa serve? Secondo il dizionario Treccani la gentilezza è un insieme di atti, espressioni, gesti di amabilità, garbo e cortesia ed è l'opposto dell'insolenza, della prepotenza, dell'impertinenza.

Chi è gentile, insomma, mette in atto una serie di comportamenti, nei confronti degli altri che hanno alla base dei sentimenti importanti, come l'altruismo, l'onestà, la generosità e l'empatia. Si parla, oggi, moltissimo di bullismo, di cyber-bullismo e di violenza verbale, oltre che fisica, messi in atto da ragazzini anche di scuola primaria (quindi davvero molto piccoli) nei confronti di coetanei definiti “deboli” o “diversi”, che diventano vittime, spesso silenziose di questo meccanismo pericoloso. Il web rappresenta un mezzo affascinante, e allo stesso tempo subdolo, perché l'insulto, la diffamazione, la calunnia, la “presa in giro” assumono un aspetto più ampio e difficile da arginare.

Certamente le scuole si stanno attrezzando per conoscere, innanzitutto, questi nuovi fenomeni sociali e per porvi rimedio o, quanto meno, per non trascurare quei segni anticipatori, quelle avvisaglie che possono nascere silenziose tra i banchi e in rete. Guardando il film Wonder, ho capito che abbiamo un'altra possibilità, che può sembrare scontata, ma non lo è affatto: il potere della gentilezza.

Ecco, tra le varie possibilità di prevenzione di questi fenomeni, esiste proprio l'educazione alla gentilezza, a quegli atti di cortesia incondizionati, che rendono i rapporti autentici, alla pari, inclusivi. Si può e si deve credere nel potere della gentilezza come arma contro l'ostilità, la discriminazione, l'esclusione, partendo dalla prima infanzia. Non solo le scuole, ma anche le famiglie devono assumersi il dovere di curare in modo particolare l'aspetto affettivo dei bambini, stimolando attraverso l'esempio e attraverso specifiche pratiche educative quotidiane, la propensione all'ascolto, all'aiuto reciproco, alla comprensione dei sentimenti, all'accoglienza delle differenze.

In classe capita ogni giorno l'occasione di educare alla gentilezza: è un lavoro sotterraneo, spesso invisibile, che va di pari passo con l'aspetto didattico. Potenziare l'empatia e avviare alla gentilezza lo si può fare sempre; ad esempio, insegnando ai bambini a lavorare in gruppo, rispettando le idee di ciascuno, oppure attraverso dei giochi guidati in cui ci sia anche la possibilità di prendersi per mano, di fare una carezza al compagno, di abbracciarlo. Ogni giorno bisogna porre un'attenzione speciale alle parole che usiamo con i bambini, al modo in

cui noi ci rapportiamo a loro perché dalla capacità di empatia dell'insegnante derivano atti di gentilezza contagiosi, che coinvolgono l'intera classe.

I piccoli alunni cominciano il loro personale percorso di crescita, sia fisica, che morale, emotiva e psicologica. Ogni tassello che poniamo sul cammino, diventa importante perché confluisce nella memoria affettiva, che porterà ciascuno a compiere delle scelte, a prendere delle decisioni, a relazionarsi. Allora, davvero conterà per loro "avere ragione"? Oppure sarà sempre più importante "essere gentili"? La risposta dipende da noi adulti, da come decidiamo di educarli, dall'esempio che riusciamo a dare loro, dal modo in cui siamo capaci di provare empatia, di vivere le differenze come un dono. Proviamoci. Proprio come il piccolo August. Nonostante la sua sofferenza, ha sempre scelto di mettere in atto la gentilezza che, più di ogni altra cosa, gli è servita per creare il suo posto nel mondo, oltrepassando gli sguardi che lo fissavano, le parole che lo ferivano. La forza della gentilezza, che partiva innanzitutto dalla sua famiglia, gli ha permesso di sviluppare la resilienza e di superare le avversità, riuscendo ad essere finalmente felice.

C'è differenza tra Gentilezza e buona educazione?

ProntoProfessionista.it

<https://www.prontoprofessionista.it/articoli/c-differenza-tra-gentilezza-e-buona-educazione-counseling-e-coaching-sviluppo-e-benessere-dott-ssa-silvana-serrano-life-coach-giaveno-torino-piemonte.html?author=f>

di Silvana Serrano
12 novembre 2018

La buona educazione è un aspetto della gentilezza, ma da sola non basta C'è differenza tra gentilezza e buona educazione?

Il 13 novembre è il giorno dell'anno dedicato alla gentilezza. L'iniziativa è partita dal Giappone ad opera del "Japan Small Kindness Movement", nato a Tokyo nel 1988 e da lì si è diffusa progressivamente in tutto il mondo.

E' la dimostrazione che l'umanità ha fatto un salto in avanti al punto da celebrarla o forse abbiamo bisogno di proclamare una data particolare per ricordarci di essere gentili? Forse entrambe le cose.

Quando ero piccola mi è stato insegnato a salutare quando entravo in qualche posto, meglio se con un sorriso e non con il broncio, a dire grazie, prego, per favore e, sicuramente, a chiedere il permesso quando entravo a casa delle mie amichette.

C'è differenza tra gentilezza e buona educazione?

Direi che la buona educazione è sicuramente un aspetto della gentilezza.

Ma non basta a farci comprendere il suo vero valore perché la gentilezza è una potenzialità, un tratto del carattere, e non solo un piccolo gesto di attenzione verso gli altri.

Sicuramente, se abbiamo avuto la fortuna di venir allenati alle buone maniere, i comportamenti che ne conseguono ci partono in automatico e questo è già un buon punto di partenza, ma ampliamo un pò la nostra consapevolezza.

Proviamo a farlo giocando con le lettere che compongono la parola gentilezza.

G COME GENEROSITA'

Il coaching umanistico, partendo dagli studi della psicologia positiva, ci insegna che la gentilezza è una potenzialità della virtù dell'amore/umanità, cioè, nella vita quotidiana, possiamo realizzare concretamente questa virtù attraverso la gentilezza, l'amore e l'intelligenza sociale, che sono le 3 potenzialità dell'umanità.

La gentilezza è un atto d'amore, di bene disinteressato e, quindi, di generosità genuina verso gli altri esseri umani, verso il mondo animale e vegetale e quello delle idee. Sono gentile, generosa/o, regalando un sorriso quando entro in un negozio, anche se magari in quel momento non avrei grandi motivi per farlo. Quando rispondo con gentilezza all'aggressività verbale di un collega. E' facile che quest'ultimo possa rimanere spiazzato e cambiare a sua volta il suo comportamento. Non ci credi? Provaci. E' probabile che non rimarrai delusa/o. Le potenzialità sono sempre relazionali: fanno star bene noi e chi ci sta attorno.

E come EMPATIA

Per essere in grado di allenare questa potenzialità dobbiamo metterci nei panni degli altri affinché la nostra generosità soddisfi a pieno i reali bisogni del prossimo, piuttosto che si trasformi in manipolazione o qualsiasi altra cosa che non sia gentilezza. Programmiamo degli

atti di gentilezza su misura, in base alle persone che incontriamo. Sintonizziamoci su chi abbiamo di fronte e proviamo a chiederci in che modo possiamo essere gentili con lui/lei.

N come NATURALEZZA

Quando esprimiamo una potenzialità, non proviamo la sensazione di consumare energia : ci viene naturale. Il lavoro di allenamento, facendoci ampliare la coscienza di essere gentili ci aiuterà ad aumentare gli atti di gentilezza, senza sperimentare grande fatica.

T come TERAPEUTICA

Il benessere, la vitalità derivano dal coltivare stati mentali positivi, quale è la gentilezza. Praticare gentilezza fa sperimentare un senso di appagamento e di consapevolezza che migliorano il nostro stato mentale e la nostra salute. La capacità di essere gentili stimola grandemente una sana autostima.

I come INTERESSE PER L'ALTRO

“Ogni persona che incontri sta combattendo una battaglia di cui non sai nulla. Sii gentile, sempre”. Platone

La parola “incontro” trae origine dal latino incóntra, composto dal prefisso in- e da contra = contro, dirimpetto, di fronte. L'incontro, quindi, è letteralmente un "trovarsi di fronte a..."

Quando “mi trovo di fronte a qualcuno” devo riservargli gentilezza a priori, perché non so contro quale difficoltà sta combattendo. Quando mi trovo “di fronte a me stessa/o” devo riservarmi gentilezza, per riuscire ad affrontare con responsabilità e non con senso di colpa le mie personali battaglie.

L come LINGUAGGIO

La gentilezza ci permette di comunicare meglio e di far valere comunque le nostre ragioni. Ci consente di allenare la nostra assertività, cioè la capacità di far valere i nostri diritti senza negare quelli degli altri. In un dialogo, la gentilezza ci consente di offrire con garbo, non imporre, i nostri punti di vista.

E come EMOZIONE POSITIVA

La gentilezza, se autentica, suscita sensazioni appaganti e positive in chi la attua e in chi la riceve.

Z come ZAVORRA

La falsa gentilezza si manifesta con comportamenti di generosità calcolata o di etichetta formale. Siamo gentili perché conviene, siamo gentili perché fa tendenza, siamo gentili per non agitare le acque, perché non si sa mai cosa potrebbe succedere, siamo gentili perché così controlliamo il prossimo. La gentilezza è anche contraffatta quando fingiamo di prenderci cura di qualcuno solo per reprimere rabbia e frustrazione.

A come ARMA DEI PIÙ FORTI

Così ci suggerisce lo scrittore Stephen Littleword e lo ribadisce anche Esopo nella favola “Il vento e il sole “ che parla di un litigio tra i due per dimostrare chi fosse il più forte. Al passaggio di un viandante, sole e vento decisero di vedere chi dei due sarebbe riuscito a far togliere il soprabito al signore.

Il vento cominciò a soffiare sempre più forte, trasformandosi in tornado.

Ma più il vento soffiava forte e più il signore si teneva stretto l'impermeabile. Dopo un po' il vento si arrese e lasciò fare la prova al sole.

Il sole venne fuori da dietro le nubi e sorrise gentilmente al vecchio, cominciando a splendere tiepidamente. L'uomo, visibilmente accaldato, si asciugò la fronte e si tolse l'impermeabile. Il sole dimostrò così che la gentilezza, alla fine, è sempre più potente della forza bruta.

Iniziamo da subito a mettere in atto la cultura della gentilezza, abbiamo un anno di tempo a partire da ora. Chiediamoci ogni giorno quanta gentilezza abbiamo sparso nel mondo, in famiglia, sul lavoro, a scuola. Facciamo diventare la gentilezza virale. Sono certa che il 13 novembre 2019, quando ci ritroveremo a celebrarne nuovamente la giornata mondiale, ci accorgeremo che il mondo sarà cambiato un po' in meglio, anche se magari non avrà fatto notizia.

Come educare i bambini alla Gentilezza

Alimentazione Bambini by Coop

<https://alimentazionebambini.e-coop.it/parola-di-mamma/come-educare-i-bambini-alla-gentilezza/#gref>

di Federica Federico

18 novembre 2022

Essere educati e gentili non è un'attitudine, la gentilezza è una costruzione, è una casa fatta di piccoli mattoni assemblati con pazienza e fatica e il cemento armato dell'edificio che ne risulta è l'educazione.

Più forte sarà l'educazione alla gentilezza vissuta come modello familiare migliore sarà il frutto che il bambino maturerà in sé e la positiva relazione che intreccerà con gli altri.

La gentilezza è una pratica che gli adulti di riferimento, genitori, nonni, zii, amici ed educatori, sono chiamati a rendere possibile: spetta a "noi grandi" creare un ambiente sano e sereno in cui il bambino possa sperimentare i benefici della gentilezza e fare esperienza di essa.

In questo articolo:

Praticare le buone maniere come strumento per educare i bambini alla gentilezza
Educare i bambini alla gentilezza: come praticarla

Abitudini relazionali gentili: ringraziare è quell'atto di cura che non va più di moda

Lo spazio della gentilezza

Praticare le buone maniere come strumento per educare i bambini alla gentilezza

Essere faro di gentilezza è un dovere di ogni adulto: i bambini crescono per osmosi, ovvero percepiscono e assorbono l'esempio che noi adulti rappresentiamo nelle loro vite.

Pertanto, la prima forma di educazione alla gentilezza si rintraccia nelle relazioni domestiche, in casa e nel rapporto tra genitori e figli, partner e parenti: un genitore pacato, non invadente, non prevaricatore, non fisicamente né verbalmente aggressivo potrà più facilmente essere substrato di un ambiente gentile. Il bambino che riceve una risposta carezzevole alla manifestazione dei suoi bisogni cresce lontano dall'egoismo, impara a confrontarsi con gli altri senza paura di essere respinto ed è generalmente più propenso a mantenere un comportamento positivo e propositivo in qualunque ambito si trovi (casa o scuola, per esempio).

Educare i bambini alla gentilezza: come praticarla

Tra i molti valori a cui possiamo ispirare l'azione educativa, la gentilezza è quello che si traduce anche in un tangibile modo di fare. Essa si può declinare in frasi e parole, comportamenti e abitudini relazionali.

Abbracciare i Bambini

Fraasi e parole della gentilezza

Sono fraasi e parole della gentilezza:

Grazie,

Prego,

Per favore,

Scusa,

Ti dispiace se...

Posso fare questa cosa... (per esempio accendere la musica mentre stai studiando) o preferisci che lo faccia più tardi?

Sono questi alcuni esempi di approccio delicato e comprensivo all'altro, parole e fraasi che se praticate, in primis dagli adulti e con naturale costanza, segnano la traccia dell'evoluzione del bambino ed hanno effetti educativi nel breve e nel lungo termine.

Chi chiede all'altro "Posso fare questa cosa oppure..." è lontano da egoismo e atteggiamenti egocentrici e verosimilmente riconosce il bisogno di chi gli vive accanto come importante e rilevante. In questo modo concorrerà a illuminare di gentilezza la strada della famiglia e delle persone che incontra lungo il cammino della vita.

Diventare gentile con una educazione rispettosa del prossimo - alimentazionebambini. It by coop

Diventare gentile con una educazione rispettosa del prossimo - alimentazionebambini.It by Coop

Comportamenti e gesti altruisti

Noi adulti siamo tutt'altro che gentili quando nel traffico litighiamo con chi è alla guida di altri veicoli parlando un linguaggio aggressivo, anche a suon di sorpassi e clacson; non siamo gentili verso i coinquilini quando sbattiamo le porte dell'ascensore o il portone d'ingresso del nostro palazzo, spesso senza curarci dell'ora; non offriamo ai bambini un buon esempio di gentilezza quando alla cassa del supermercato non lasciamo che passi avanti chi ha appena due o tre cose in mano mentre noi spingiamo un carrello colmo. Ciò per sottolineare come gli atteggiamenti che contraddistinguono l'azione degli adulti nel mondo possano indirizzare o meno i bambini alla gentilezza.

Ai bambini vanno offerte riflessioni da compiere solo sulla base del comportamento degli adulti di riferimento e in situazioni tangibili e concrete: l'accrescimento o il deperimento della gentilezza umana dipende dal modo in cui il bambino è stato educato a relazionarsi agli altri.

Cedere il posto a sedere sul bus a chi è più anziano; offrirsi di portare le buste della spesa alla vicina di casa che sta scaricando un portabagagli pieno di approvvigionamenti; offrire un passaggio in auto alla compagna di classe perché piove a dirotto e sappiamo che la ragazzina è diretta alla stazione, sono solo pochi modi per trasmettere ai propri figli un concreto senso della gentilezza.

L'essere gentile non ha età perché la gentilezza è come l'amore ed ha una sola casa senza tempo: è un valore che abita il cuore umano e si nutre di azioni capaci di donare agli altri anche solo un attimo di felicità.

Educare alla gentilezza, la parola magica "grazie" - alimentazionebambini. It by coop

Educare alla gentilezza, la parola magica "Grazie" - alimentazionebambini.It by Coop

Abitudini relazionali gentili: ringraziare è quell'atto di cura che non va più

di moda Grazie è una parola magica, chi la pronuncia riconosce lo sforzo profuso dagli altri e

dà ad esso un valore. In termini relazionali, la gentilezza è una forma di cura: essa è un modo per dimostrare alle persone, attraverso il comportamento, l'amore, il rispetto e persino il sentimento di felicità nel condividere la vita insieme. Vista così la gentilezza si traduce in una dichiarazione di intenti: "Io ti voglio bene e trovo il modo di dimostrartelo avendo cura di te". Questo può sembrare un compito dell'adulto ed è tale in punto di educazione, ma quando il bambino percepisce i benefici dell'essere gentile tutto diventa fluido e la gentilezza avvolge e coinvolge la famiglia migliorando le relazioni e alleggerendo il peso dei problemi. Educare alla gentilezza è una missione che portiamo avanti nel nostro piccolo a beneficio del mondo intero.

Lo spazio della gentilezza

Esiste uno spazio invisibile della gentilezza dove i bambini mettono a frutto gli insegnamenti degli adulti, a discapito di ciò che si può credere, questo spazio è privato e si tratta dell'autonomia (propria e altrui).

Essere gentili vuol dire rispettare e questo articolo non poteva non dedicare uno spazio al rispetto come forma di benessere, reso e conquistato. In una società frenetica, come quella in cui viviamo, siamo molto spostati sulla produzione e poco attenti al benessere, ma per essere gentili con gli altri è indispensabile vivere in equilibrio con se stessi. E qui si svelano gli spazi della gentilezza:

non disturbare il bambino intento a giocare, come non vorremmo essere

disturbati noi nelle nostre attività;

non interrompere chi sta parlando;

non sostituire il bambino nello svolgimento di questa o quella attività partendo dal pregiudizio di una incompetenza, incapacità o lentezza del bimbo, sono spazi in cui si radica la gentilezza costruttiva.

Non fare queste cose realizza un approccio positivo alla costruzione del rapporto gentile bambino-genitore e bambino-mondo.

Educazione gentile e responsabilità della cura educativa

Sindrome da apprendimento

<https://sindromeapprendimento.com/2022/09/22/educazione-gentile-e-responsabilita-della-cura-educativa/>

di Rachele Nicolucci

22 novembre 2022

Genitorialità e... svecchiamento

Negli ultimi anni stiamo assistendo a una progressiva ridefinizione di paradigmi educativi e formativi. Questo lento processo di svecchiamento di idee, atteggiamenti e abitudini sta fortunatamente coinvolgendo anche la genitorialità: è innegabile infatti che oggi, rispetto un tempo, si viva la propria maternità o paternità non solo disponendo di strumenti e risorse differenti, ma anche secondo criteri di priorità diversi. E cioè i genitori di oggi siamo genitori diversi da quelli di 1000 anni fa, di 100, 50, 30 anni fa anche perché differenti sono le idee culturali in cui siamo immersi e i bisogni che percepiamo. D'altra parte pensa a quanto è realmente, e recentemente, cambiata l'idea (e i bisogni) di famiglia, di donna, di lavoro, di scuola, di maestro, di educazione, di paternità... di infanzia.

Di tutto questo stiamo nutrendo le nostre giornate e tramite anche tutto questo stiamo dando forma a noi stessi: diamo forma a noi stessi, come adulti di riferimento. E così cresciamo figli e studenti.

Se vuoi arrivare al nocciolo della questione, vai direttamente all'ultimo paragrafo.

Altrimenti mettiti comodo per seguire il mio discorso passo dopo passo, comprendendo la faccenda da un nuovo punto di vista.

Se oggi sei genitore, ti sarà forse capitato di notare che, quasi come dentro a dinamiche di automatismo, in alcune circostanze stai replicando atteggiamenti e/o approcci che sono (stati) anche dei tuoi genitori e che loro hanno rivolto quindi pure a te. Magari, diventato consapevole e informandoti su cosa sia l'educazione gentile, hai pure deciso di "lavorare" su questi automatismi perché non condividi alcuni metodi e approcci tradizionali e vuoi educare i tuoi figli in modo più empatico e rispettoso per dare loro più occasioni di successo.

In ogni caso - e per fortuna - oggi si sente un gran parlare di educazione gentile e rispettosa, di educazione a lungo termine. Un gruppo sempre più nutrito di adulti sta decidendo, consapevolmente e intenzionalmente, di abbandonare la pedagogia nera, quella con cui siamo cresciuti più o meno tutti fino agli anni '80 - '90, quella fatta di punizioni, castighi, ricatti affettivi ed emotivi, sistemi di controllo, quella che prevedeva che i bambini dovessero non creare problemi e semplicemente obbedire e tacere (il concetto di bravo bambino, di yes man, quanto è ancora radicato, mannaggia!!!!); quella che guardava ai bambini come a dei bambolotti da educare con le buone o con le cattive.

E' così realmente grande e importante questo cambiamento che in ambito educativo e sotto gli occhi di tutti risultano sempre più numerosi i gruppi social dedicati all'educazione gentile, così come i professionisti che ne parlano, ma anche i podcast e i blog che scelgono questo focus specifico.

Educazione gentile o gentilezza?

Per fare “educazione gentile” non basta essere gentili.

Serve empatia (che, ricordo, ha una discriminante cognitiva molto forte), serve ragionamento, creatività. Non basta la gentilezza. La gentilezza (quella autentica, non invischiata di ipocrisia) non garantisce il fare educazione gentile. Fermati un attimo a riflettere: non ci sono forse forme di controllo, ricatti e violenze che possono essere mascherate da una certa forma di gentilezza?

L’educazione gentile è intrisa di empatia, rispetto, incarna la pedagogia dell’incoraggiamento, quella che porta il Bambino, qualsiasi bambino, allo sviluppo di autonomie: l’educazione gentile mette al centro la persona (e non solo il bambino).

Per questo l’educazione gentile, a lungo termine, chiede all’adulto, prima di tutto, di fare un gran lavoro su sé stesso: è necessario prima prendere coscienza di alcuni meccanismi, che forse altri adulti hanno esercitato nei nostri confronti, quando eravamo bambini, pur in assenza di evidenze violenze, di ricatti o di sistemi di controllo; per poi essere liberi di scegliere altro per i propri figli. Anche quando vivono una condizione di disabilità cognitiva. Perché alla educazione gentile hanno diritto anche i bambini che fanno più fatica cognitivamente (per approfondire leggi qua). L’educazione gentile dovrebbe essere, a mio parere, lo strumento per eccellenza tramite cui dare loro dignità e sostegno nella quotidianità, scolastica o casalinga che sia: non può esserci approccio di successo (capace cioè di accompagnare il bambino al migliore degli sviluppi a lui possibili) educativo, riabilitativo, di potenziamento o di istruzione che non metta al centro la persona del bambino e che lo faccia in modo empatico e rispettoso.

L’educazione gentile è in dialogo con la responsabilità educativa?

Sono assolutamente favorevole a questo orientamento psicopedagogico che sta caratterizzando questo nostro tempo socio-culturale e quindi anche l’esperienza di genitorialità di molti di noi. Tanto più perché dietro questo approccio ci sono alcuni risultati delle neuroscienze, della neurodidattica e della neuropedagogia. L’educazione gentile non è una moda di passaggio:

ma uno stile di vita, un modo di approcciarsi alla vita con i figli e studenti (e non solo i figli). Teniamo conto che, guardando ad alcune informazioni date dalle neuroscienze, possiamo davvero comprendere che i frutti nati da questo tipo di interazione genitore – figlio sono buoni, di successo presente e futuro, sia per l’adulto, sia per il minore in questione, che per la relazione tra i due.

C’è solo un punto di fragilità in tutto questo: ma quando un bambino dice di no, quando un bambino rifiuta una proposta, quando un bambino non collabora, cosa si fa? Questo è un aspetto che, dal mio punto di vista, ha messo in luce aspetti di fragilità di noi adulti, non certo dei bambini. E cioè siamo noi adulti che dobbiamo ancora comprendere come risolvere questo affanno, non di certo i nostri figli e/o studenti.

Ci sono adulti che di fronte a un no del piccolo non sanno più cosa e come fare: è realmente difficile vivere in modo equilibrato questo tipo di situazioni e questo è il punto su cui ci soffermiamo noi oggi. Ci chiediamo quindi: l’educazione gentile, quella che ripudia sistemi di controllo – ricatti – violenze – premi/punizioni ecc, come ben si armonizza con le situazioni in cui il bambino dice di no ma sarebbe opportuno un suo sì?

In questi anni ho visto adulti, genitori, insegnanti, educatori e professionisti scegliere di fronte a un no del bambino principalmente due vie: quella del controllo/ricatto e quella dell’abbandono, e cioè “fai come vuoi”.

E no! Un bambino non può essere lasciato solo nel fare una cosa a cui noi avremmo detto

ragionevolmente no. Ragionevolmente: e cioè sappiamo già evitare di dire “no” inutili o che, in fondo, non hanno motivo di esistere.

Non è vero? Questo vale naturalmente anche per i bambini che fanno più fatica cognitivamente.

Quali sono dunque i NO che vale la pena davvero dire a un figlio/studente?

Sinteticamente, quelli che riguardano situazioni o fatti in cui:

metterebbe in pericolo la propria salute, benessere psicologico – emotivo, e sicurezza fisica;

metterebbe in pericolo la salute, benessere psicologico – emotivo e sicurezza di altre persone;

metterebbe in pericolo oggetti / mobili / immobili importanti e utili: beni materiali.

Se la nostra risposta di rifiuto (a una sua richiesta) o la nostra stessa indicazioni è tale al fine di proteggerlo da un reale pericolo o al fine di evitare che lui si esponga a un concreto rischio di pericolo per sé, per altri esseri viventi o per oggetti importanti, perché mai dovremmo a un certo punto “cedere” e lasciarlo addirittura da solo nel fare questa cosa rispetto alla quale non siamo d’accordo e che riteniamo realmente pericolosa?

Ci sono situazioni in cui è sicuramente possibile e bene accogliere le loro richieste, anche se per qualche motivo personale dell’adulto (diverso dai tre elencati precedentemente), per esempio per stanchezza, per mancanza di flessibilità mentale o per paura del giudizio altrui, vorremmo dire loro di no. Di questo specifico focus ho già parlato nell’articolo I bambini possono dire di no agli adulti? Ci sono quindi situazioni in cui è ragionevole ritrattare il nostro “no”, forse inopportuno e dettato solo da una nostra convenienza.

MA OGGI CONSIDERIAMO IL CASO IN CUI SIA NECESSARIO MANTENERE, in modo equilibrato e mediato, IL NOSTRO NO ADULTO O LE VOLTE IN CUI I BAMBINI NON VORREBBERO FARE DELLE COSE CHE IN UN CERTO SENSO “DEVONO”: quindi a noi la forza creatrice di mantenere la nostra linea di pensiero, pur in una cornice di rispetto e empatia verso il nostro Bambino / studenti.

E’ fondamentale non perdere di vista, proprio in una cornice di approccio gentile, e cioè empatico e rispettoso, che il discernimento di cura è solo dell’adulto. Ovvero: è l’adulto che deve compiere lo sforzo cognitivo di comprendere, e poi verbalizzare (o comunque comunicare in modo adeguato) quale sia la scelta giusta per quella specifica situazione e proprio per quel bambino.

Questa capacità di comprensione della realtà, che comporta capacità di osservazione, raccolta di dati, analisi, valutazione, confronto, capacità di formulare ipotesi, e molto altro, non possiamo chiederla e pretenderla dai nostri figli/studenti, semplicemente perché il loro cervello non è ancora maturo per compiere questi passaggi cognitivi, tanto più in una situazione “calda”, emotivamente coinvolgente, o di novità.

Inoltre teniamo conto che spesso non hanno ancora sufficientemente esperienza per poter valutare elementi possibili, per ipotizzare / dedurre / indurre, sulla base di fatti realmente vissuti e tracciati nella loro memoria.

In questo senso la responsabilità di cura educativa è solo dell’adulto.

Non ci sono alternative.

Non ci sono altre possibilità.

Non sta al bambino scegliere cosa si può o cosa non si può fare in situazioni che potrebbero comportare il rischio (fisico, psicologico, emotivo, ecc ecc) di pericolo per sé stesso, per altri o per beni materiali. Almeno fintanto che non maturano in lui capacità di discernimento.

Un bambino al quale viene risposto “fai quello che vuoi”, “fai come vuoi” è un bambino (o adulto) lasciato solo.

E l’adulto che usa queste espressioni esprime per lo più la sua fatica a assumersi le proprie responsabilità di figura educante, figura di riferimento, di agevolatore di aiuto.

L'adulto di riferimento, o che tale vuole essere percepito, deve sviluppare la sua capacità di organizzare confini: attraverso l'educazione diamo forma al cervello dei nostri figli e studenti. Attraverso le nostre scelte educative, che sono scelte di cura e scelte che si esplicano nel rispetto del bambino, nel dialogo con lui, e nel coinvolgimento cognitivo del bambino stesso, permettiamo l'apprendimento di autonomie e lo sviluppo cerebrale dei nostri piccoli.

Certo ogni tanto può capitare all'adulto di sbagliare, ma non può essere la regola, non può essere cioè lo stile di relazione e di interazione che l'adulto assume verso il proprio piccolo. E' nella nostra capacità cognitiva e emotiva di comprendere il nostro sbaglio e di modificarci rispetto a esso che possiamo essere davvero adulti di riferimento.

Diciamo di sì ai nostri figli / studenti ogni volta che è realmente possibile, quando cioè non si caccerebbero in situazioni di pericolo per sé stessi o per altri (vedi l'elenco precedente); diciamo loro di sì anche se questo può comportare per noi adulti l'uscire dalla nostra zona di comfort, abitudini e consuetudini.

Quando è necessario, veramente necessario (per i tre motivi prima elencati), diciamo loro di no, accompagniamoli con responsabilità e coraggio.

Sintesi e focalizzazione degli aspetti di cui tenere conto:

DICO DI NO, QUANDO NECESSARIO COME AZIONE DI CURA.

RIFLETTO SULLE MOTIVAZIONI DEL MIO NO CON IL MIO BAMBINO: le mie motivazioni non tengono conto solo di me, ma soprattutto di te. Perché è al Bambino che dico di no.

SPENDO TEMPO A DIALOGARE CON IL BAMBINO COME AZIONE DI CURA DELLA NOSTRA RELAZIONE.

Quanto tempo dedichi quotidianamente a questo?

COINVOLGO IL BAMBINO / STUDENTE IN QUESTO PROCESSO DECISIONALE, SENZA DARE A LUI IL PESO DEL MIO NO. Quante energie dedichi a mediare tra il tuo bambino / studente e lo stimolo che l'ambiente gli ha offerto e che tu ritieni realmente rischioso?

Educazione e Gentilezza, il decalogo degli atti gentili: la forza del silenzio e saper ammettere gli errori

BuoneNotizie – L'impresa del Bene

https://www.corriere.it/buone-notizie/cards/silenzio-saper-riflettere-ecco-decalogo-gentilezza-ed-educazione/essere-gentili-ed-educati_principale.shtml

Essere gentili ed educati

Viaggio alla scoperta dei piaceri della gentilezza. Sì, perché essere educati e gentili, disponibili e dolci fa bene al corpo e alla testa. Migliora l'umore, rafforza le relazioni umane e allunga la vita di coppia, soprattutto in questi momenti di distanziamento sociale e di chiusura tra quattro mura a causa della pandemia Covid-19. Qualche Comune addirittura ha istituito in passato l'assessorato alla Gentilezza. E qualcun altro si è spinto a formulare un decalogo per evitare di sprecare i nostri giorni con comportamenti maleducati e irosi. È vero che di regole ce ne sono fin troppe, ma basta anche un piccolo sforzo per far star bene chi ci è vicino e di conseguenza far star meglio anche se stessi. L'importante è provarci

Attenti a ciò che si dice

L'attenzione è fondamentale in un rapporto tra persone. Ricordarsi che ciò che si è detto o scritto resta impresso nell'interlocutore. Le parole dette o scritte arrivate a destinazione non si cancellano dalla mente dell'interlocutore nemmeno ritrattandole. Quindi pensare a ciò che si dice o ciò che si scrive (soprattutto in tempi di social, terreno rischioso per scivolare sulla maleducazione...)

Evitare i social media

E torniamo sul tema dei social media. Questi non vanno utilizzati per la discussione di questioni importanti. La comunicazione interpersonale, che avviene faccia a faccia (o magari attraverso video conversazioni), è la modalità di dialogo più autentica per affrontare questioni importanti, complesse e che hanno implicazioni significative

La virtù dell'ascoltare

«Saper ascoltare significa possedere, oltre al proprio, il cervello degli altri».

Firmato: Leonardo da Vinci. Saper ascoltare è una grande virtù. E rispondere solo dopo aver ascoltato e ben compreso la questione di cui si parla è una buona regola. Le risposte azzardate, veloci e irriflesse rischiano di essere spesso sbagliate, incomplete o inappropriate

Guai alla fretta, meglio riflettere

Non rispondere affrettatamente quando si provano emozioni negative quali la rabbia, l'antipatia, il fastidio (alzi la mano chi non ha mai perso la pazienza anche solo per un attimo...). Eppure tali emozioni negative portano a denigrare l'interlocutore, invece di concentrarsi sulla questione di cui si parla e cercare di smussare gli angoli

Non essere ciò che non si è

Se gentilezza e competenza camminano insieme, il successo è garantito.

Rispondere alle questioni tecniche quindi solo se si hanno le competenze per farlo. Ci sono questioni che si risolvono per punti di vista. Vi sono, però, questioni la cui soluzione non è

semplicemente un punto di vista, ma richiede competenze specifiche. La vita democratica, positivamente caratterizzata dalla libertà di parola, non fa sì che tutto sia risolvibile a seconda dei gusti. È segno di intelligenza sociale riconoscere su cosa si è esperti e su cosa, invece, serve consultare o ascoltare gli esperti

Ammettere di avere torto

Qui qualcuno storcerà il naso dicendo, che è facile dirlo ma difficile farlo.

Perciò serve uno sforzo maggiore. Ammettere di aver torto e saper chiedere scusa. Tutte le persone sbagliano, ma il riconoscerlo e il chiedere scusa sono ritenuti, a torto, segni di debolezza. La comunicazione per essere costruttiva ha bisogno di onestà intellettuale e il riconoscere i propri errori indica maturità di pensiero, spirito autocritico e benevolenza nei confronti dell'interlocutore che ha, invece, ragione

Il valore dell'oggettività

A volte è necessario rimproverare e correggere. Essere gentili non significa che non ci si possa confrontare anche in modo accorato con l'interlocutore o essere nella posizione di doverlo rimproverare per qualcosa. Il rimprovero deve, però, essere giustificato oggettivamente e non motivato da ragioni personali e non deve essere sgarbato: la buona regola è spiegare dove l'interlocutore ha sbagliato, fargli capire l'errore, verificare se è possibile rimediare allo sbaglio: se sì come farlo, altrimenti come evitare che esso risucceda. Ma soprattutto cosa si può imparare da quanto successo

Spiegare le ragioni

Quante volte è capitato di dire o di essersi sentiti dire, «perché è no. E basta!». Va da sé che è un errore, ma spesso cadiamo in questa trappola.

Non dare perciò per scontato che le proprie idee siano giuste: queste non sono giuste di per sé. È sempre importante giustificarle per spiegare per quale motivo debbano essere accettate dall'interlocutore. Soprattutto se oggettivamente sono giuste

La comunicazione non verbale

Attenti anche alla prossemica, dal latino «prossimità, vicinanza». Perché non esiste solo la comunicazione verbale, ma anche la comunicazione non verbale: quella del proprio corpo, dei gesti, dello sguardo, del comportamento, dell'abbigliamento, dello spazio e delle distanze all'interno di una comunicazione. A tutto ciò va quindi prestata molta attenzione. Tali atteggiamenti impattano notevolmente sulla percezione di quanto si vuole comunicare. Idee di per sé giuste rischiano di essere inascoltate qualora ci siano immagini, sguardi, posture o gesti ritenuti dall'interlocutore inappropriati

Il silenzio ha l'oro in bocca

Il silenzio? Ha volte ha più valore della parola detta. È opportuno parlare quando si ha qualcosa da dire di costruttivo. Ma soprattutto quel qualcosa deve essere rilevante. Il silenzio è spesso più opportuno del parlare e limitarsi a dire cose rilevanti e ben confezionate fa aumentare l'interesse dell'interlocutore per quanto diciamo. Prendiamo esempio da Oscar Wilde: «A volte è meglio tacere e sembrare stupidi, che aprire bocca e togliere ogni dubbio»

Educare alla Gentilezza

Sempre News

<https://www.semprenews.it/news/Educare-alla-gentilezza.html>

17 Marzo 2022

Educare alla gentilezza Per dire no alla guerra, dentro e fuori le mura di casa, servono gesti e pensieri che disinnescino le spirali di durezza e paura Scritto da Francesca Cadei Educare alla gentilezza Foto di Elf-Moondance da Pixabay Facebook Twitter Whatsapp Email Educare alla gentilezza può sembrare una cosa per deboli, ma le ricerche evidenziano gli effetti benefici di questo modo di essere e relazionarsi Vivere la gentilezza è “saper essere”, entrare in relazione con gli altri in modo positivo, empatico, mettendosi in contatto con parti profonde che portano anche a porsi in modo gentile con se stessi. Gentilezza non significa solamente buona educazione, la gentilezza è un valore sociale che comporta una comunicazione verbale e non verbale non violenta.

"Gentile" deriva da gens, il gruppo familiare allargato

In latino gentilis nasce da gens, parola che indica un gruppo familiare allargato; appartenere alla gente come processo inclusivo dove c'è empatia, amore, servizio, cortesia, cura, rispetto. È un tratto profondo perché favorisce la creazione di legami sociali, dove si sviluppa la collaborazione che porta a costruire qualcosa insieme agli altri.

Come educare i bambini ad essere gentili

Educare alla gentilezza significa per l'adulto riconoscere le azioni gentili, comunicando ai bambini quando queste avvengono, sottolineando la loro bellezza ed importanza con l'obiettivo di trasmetterne il valore. Questa modalità comunicativa semplice e quotidiana ha un effetto potente poiché il bambino inizia a sua volta a dare valore alle azioni gentili fatte di gesti, sguardi, parole, sorrisi, carezze e persino silenzi. Nella pratica comunicativa può essere utile fermarsi con i figli un momento, a fine giornata, per raccontarsi le azioni gentili compiute per poi, a seconda dell'età del bambino, riflettere sugli effetti di queste azioni, sia su sé stessi che sugli altri, esprimendo anche un sentimento di gratitudine. Gli atti di gentilezza potrebbero riguardare le persone ma anche l'ambiente o il regno animale, comprendono tutto ciò che si fa in modo disinteressato, senza un tornaconto e col solo obiettivo di far star bene qualcun altro.

Le ricerche: la gentilezza produce benessere

Presto ci si accorgerà che questo “saper essere” porta a “benessere”, infatti recenti ricerche ci dicono che la gentilezza è un forte strumento utile a disattivare emozioni negative, agisce sul fisico e sulla mente, aiutando a prevenire e combattere lo stress ed alcune patologie. La gentilezza quindi come dono amorevole, per chi la offre e per chi la riceve, porta ad iniziare le giornate con il desiderio di viverla e a concluderle con la consapevolezza e la gioia d'averla esperita, che sia ricevuta o donata.

Gentilezza è diventare come bambini

Daniel Lumera nel suo libro La biologia della gentilezza ci ricorda che la gentilezza ferma il mondo e ci fa respirare, ricordare che i fiori crescono ancora ovunque. Bisognerebbe diventare

di nuovo bambini e guardare con occhi limpidi e puri, con la stessa meraviglia di quando i piccoli vedono le cose per la prima volta.

Per concludere... un consiglio

Ogni sera, prima di andare a letto, parlate per alcuni minuti delle azioni gentili compiute nella giornata. Nel tempo aumenterà la consapevolezza del valore dei gesti, facendo nascere in loro il desiderio di fare azioni gentili e la gioia e gratitudine di riceverle.

La Gentilezza spiegata ai bambini: 15 gesti gentili

NovAkid

<https://www.novakidschool.com/it/blog/educazione-alla-gentilezza-consigli-per-genitori/>

La gentilezza spiegata ai bambini: 15 gesti gentili.

Table of contents

La riflessione sulla gentilezza

15 gesti gentili per bambini e bambine

Insegnare la gentilezza ai bambini è più che insegnare a dire “grazie” e “prego”. Essere gentili significa esprimere empatia, consapevolezza, gratitudine e capacità di interagire in modo positivo con le persone che ci circondano. Praticando la gentilezza, bambini e bambine imparano anche a riconoscere la gentilezza negli altri e a vedere il lato positivo delle persone e delle situazioni. Essere gentili può migliorare il benessere emotivo di bambini e bambine, e aumentare la loro autostima.

Vediamo come insegnare la gentilezza a bambini e bambine e alcuni gesti gentili per bambini che puoi suggerire, per allenare la gentilezza.

La riflessione sulla gentilezza

Si possono educare i bambini ad essere gentili? Sì, la gentilezza può e dovrebbe essere insegnata. Per educare alla gentilezza, servono l’esempio e la riflessione sulla gentilezza.

Come per tutte le altre cose che vogliamo insegnare ai figli – dall’educazione stradale alle buone maniere – dare il buon esempio è fondamentale. Se dimostri gentilezza nei confronti di tuo figlio e nei tuoi comportamenti di ogni giorno, i tuoi bambini apprenderanno la gentilezza in modo naturale.

Se parli in maniera gentile con i tuoi figli, scambi due chiacchiere con il vicino di casa, sorridi, ringrazi, cedi il posto a una persona in autobus, i tuoi figli tenderanno a replicare questi piccoli atti di gentilezza. La gentilezza sarà qualcosa che respirano in casa, e sarà più facile che siano gentili a loro volta.

bambino-aiuta-nonna-portare-la-spesa

Sei un genitore e vorresti condividere la tua esperienza?

Contattaci e racconta la tua storia

Oltre all’esempio, per educare i bambini alla gentilezza è utile anche allenarli a una riflessione sulla gentilezza, in modo che si accorgano dei comportamenti gentili delle persone intorno a loro. Puoi far notare piccoli gesti di gentilezza, come: “il tuo amico è stato gentile ad aiutarmi con i compiti”, “la signora nel negozio è stata molto paziente e sorridente oggi”, “il tuo insegnante di inglese è stato gentile a spostare la lezione con così poco preavviso”. Se fai notare ai tuoi figli i comportamenti gentili e il lato positivo delle persone che incontrano, saranno più allenati a riconoscere la gentilezza e più portati ad essere gentili.

Con la riflessione sulla gentilezza, puoi mostrare il lato positivo delle persone e delle situazioni, invece di sminuire e criticare. Questo abitua bambini e bambine a una visione positiva, a trovare il bello e il buono nelle cose e a sviluppare la resilienza.

15 gesti gentili per bambini e bambine

“Nonna sarebbe contenta se le facessi una telefonata per salutarla”, “Il tuo amico non viene a scuola da qualche giorno. Potreste chiamarlo per sentire come sta e raccontargli cosa avete fatto a scuola”. “Porta una matita in più a scuola, così puoi prestarla a chi l’ha dimenticata a casa”. Ecco alcuni esempi pratici di piccoli gesti gentili che puoi suggerire ai tuoi bambini.

bambino-gentile-aiuta-bambina-ad-alzarsi

Per educare bambini e bambine alla gentilezza non servono grandi discorsi, ma esempi pratici di piccoli gesti gentili che possono fare verso amici, parenti e insegnanti. E anche verso di te: chiedi aiuto quando ne hai bisogno, abitua i tuoi figli a dare una mano in casa. In questo modo aiuterai i tuoi figli ad allenare la gentilezza.

Ecco 15 gesti gentili che puoi suggerire ai tuoi bambini per educarli alla gentilezza:

Fare un complimento sincero: puoi insegnare ai bambini a fare complimenti sinceri ai compagni di classe, agli insegnanti e ai familiari per qualcosa che hanno fatto, per il loro lavoro o il loro aspetto.

Aiutare in casa: insegnare a bambini e bambine ad aiutare in casa, o chiedere aiuto quando ne hai bisogno è un modo per aiutarli a praticare la gentilezza.

Le prime volte dovrai chiedere che ti aiutino con le buste della spesa, pian piano diventerà un comportamento automatico e offriranno aiuto prima che tu lo chieda.

Ringraziare per i regali ricevuti: inviare un breve messaggio qualche giorno dopo aver ricevuto il regalo del nonno o di un amico per ringraziare è un modo per insegnare la gentilezza

Condividere i materiali scolastici o i giocattoli: puoi incoraggiare i bambini a condividere giocattoli, libri o il materiale scolastico in modo graduale e quando hanno l’età giusta. Sempre che non si tratti del giocattolo preferito o del libro a cui tengono tanto.

Partecipare a iniziative di beneficenza: coinvolgi i bambini in progetti di beneficenza, come raccolte di cibo o marce di raccolta fondi, per insegnare il valore dell’aiuto anche verso chi non si conosce.

Invitare a giocare chi è da solo: insegna a tuo figlio a notare se qualcuno è solo durante la ricreazione e suggerisci di invitarlo a fare un gioco. Una delle azioni gentili da fare a scuola, oltre a prestare penne e matite.

Sorridere e salutare sempre: anche insegnare ai bambini a salutare quando si entra nei negozi, oppure ad alzarsi per accogliere chi arriva in casa è parte dell’educazione alla gentilezza.

Cedere il posto: offrire il posto a sedere a una persona anziana è un gesto gentile che i bambini possono fare.

Fare un disegno: o un piccolo regalo fai da te per un amico, un insegnante o un familiare, è un modo gentile per dire “rimettiti presto”, “mi manchi” o “ti voglio bene”.

Ricordare i compleanni: create insieme un calendario delle feste e dei compleanni di amici e familiari per non dimenticare i giorni speciali. Una telefonata o un biglietto di auguri sono gesti gentili e importanti.

Chiedere “come stai”’: la gentilezza è prima di tutto attenzione agli altri.

Puoi insegnare a tuo figlio a mostrare interesse per come si sentono i compagni di scuola, gli amici o i familiari. Per esempio telefonando a un amico che manca da scuola da un po’, oppure chiamando la nonna se non è stata bene.

Aiutare un amico a studiare: un’azione gentile da fare a scuola è offrirsi di aiutare un

compagno di scuola che fatica con lo studio.

Essere pazienti: aspettare il proprio turno senza lamentarsi, ad esempio in fila per l'altalena o mentre si attende che un adulto termini una telefonata.

Consolare un amico: un gesto gentile è consolare un amico o un fratello che si sente giù, magari facendogli compagnia o cercando di farlo sorridere.

Chiedere scusa: per essere gentili bisogna imparare a dire "mi dispiace" quando si fa un errore. Non sempre facile per i bambini.

La gentilezza va allenata, e pian piano diventa un'abitudine. Alcuni bambini hanno un'intelligenza intrapersonale più sviluppata (leggi di più sulle intelligenze multiple) e sono naturalmente più empatici di altri, ma tutti possono imparare a essere più gentili. Quando tuo figlio si comporta in modo gentile, lodalo.

Quando si comporta in modo non gentile faglielo notare, in privato, e spiegai in che modo avrebbe potuto essere più gentile.

Così riuscirai a crescere un bambino gentile.

Coltivare la Gentilezza a scuola

GIUNTIscuola

<https://www.giuntiscuola.it/articoli/coltivare-la-gentilezza-scuola>

Che cosa possiamo fare per celebrare davvero la gentilezza a scuola, per renderla un'esperienza quotidiana?

di Giuseppe Maiolo

20 ottobre 2023

Il 13 novembre è la giornata mondiale della gentilezza.

Festeggeremo quel giorno in qualche modo anche nella nostra scuola, e poi la gentilezza andrà nel dimenticatoio... come al solito. La gentilezza è la grande assente nella nostra società e di sicuro non è frequentata nei contesti scolastici. Manca spesso nei genitori quando si relazionano con noi docenti (e viceversa), è trascurata nella relazione tra colleghi, tante bambine e bambini nel gruppo dei pari la ignorano, probabilmente perché noi adulti non siamo in grado di insegnarne loro il valore.

Che cosa possiamo fare, allora, per celebrare davvero la gentilezza a scuola, per renderla un'esperienza quotidiana e non una sporadica occasione per ricordarsi che un "mondo gentile" sarebbe un mondo migliore per tutti?

Serena, Roma

Risponde Giuseppe Maiolo, Psicologia delle età della vita, Università degli studi di Trento

Se le giornate dedicate a un tema possono essere in generale uno stimolo alla riflessione, penso serva soffermarsi sulla "gentilezza" soprattutto perché potrebbe aiutarci a mettere in moto un processo generativo capace di trasformare la realtà.

Stabiliamo prima di tutto che la gentilezza è un sentimento, cioè un sentire specifico da far crescere e potenziare, per il quale è necessario costruire un significato condivisibile che dia valore al comportamento gentile. Questo vale soprattutto in questo momento storico in cui nelle relazioni umane tendono a prevalere arroganza e prepotenza.

Gentilezza e gratitudine

Di fatto la gentilezza si fonda sull'ascolto e contiene ingredienti come la comprensione, la fiducia, il rispetto. Potrebbe anche essere associata alla cura, ovvero all'abilità di prendersi cura e "pre-occuparsi" dell'altro, che è un "vedere anticipato" e un dargli spazio nei propri pensieri. Competenza questa dell'adulto che va raggiunta per tappe e si potenzia con l'uso, come accade con le abilità linguistiche e la comunicazione. Non a caso Mark Twain sosteneva che "La gentilezza è una lingua che il sordo può sentire e il cieco può vedere". Di fatto non esiste gentilezza senza comunicazione, cioè senza un sentire e un vedere insieme e non c'è gentilezza senza gratitudine, che nella relazione è l'energia con cui si può generare comunione d'intenti, anche nelle divergenze del pensiero. Ma questo mix di sentimenti è ciò che serve alla relazione per il sostegno reciproco e per il mantenimento dei legami. E poi aiuta a contenere l'idea egoica di una libertà personale che consente a chiunque di fare quello che vuole.

In altre parole, gentilezza e gratitudine sono un binomio necessario per fronteggiare egoismo e individualismo.

Gentilezza come obiettivo educativo

Proporre la gentilezza come obiettivo educativo sia a scuola che in famiglia, vuol dire avere coscienza delle nostre insufficienze di adulti che spesso sono incapacità di attenzione e ascolto.

A volte anche di quelle “buone maniere” che un tempo erano materia di educazione scolastica. La sua assenza educativa dai programmi scolastici di oggi ha cancellato “l’urbanità”, che è vocabolo desueto ma ancora utile per definire il nostro essere cittadini rispettosi e cortesi in una comunità che si ritiene civile.

Così abbiamo finito per rimuovere una quantità di parole semplici ma necessarie al vivere quotidiano, come “grazie, per favore, posso?”, perché non richieste e tanto meno affermate nelle relazioni.

La gentilezza a cui dovremmo rivolgerci è fatta prima di tutto di consapevolezza relativamente al senso che hanno le cose che si dicono o l’importanza dei gesti e delle azioni che produciamo. Una volta l’attenzione all’altro veniva chiamata “filantropia”, che era amore per gli esseri umani e capacità reale di dividerne l’esistenza. Ma dal punto di vista psicologico è ancora adesso abilità di “entrare e stare nei pensieri dell’altro” che, come dice Donald Winnicott, pediatra e psicoanalista inglese, di solito indica un buon livello di salute mentale.

La gentilezza non basta averla in dotazione, serve sia educata e insegnata

Seminare e coltivare gentilezza

Ora che disponiamo di una quantità di ricerche scientifiche e siamo in grado di sapere quanto la pratica della gentilezza possa avere un impatto positivo anche sui nostri geni, siamo capaci di comprendere come tutto questo ci aiuti a trasformare il modo di stare insieme e con-vivere. Sappiamo però che gentili non si nasce, ma si può diventare acquisendo con gradualità ciò che serve per darne esempio e, quello che conta di più, per seminare e coltivare la gentilezza.

Ci servirà, però, non fermarci alle giornate celebrative, come ben sottolinea la maestra Serena, e agli slogan facili (tipo “Scuola gentile” o “Paese gentile”), perché la gentilezza ha bisogno di contenuti e non di targhe.

L’educazione civica dovrebbe diventare allora fin dalla primaria “educazione alla convivenza gentile e insegnamento delle relazioni cortesi”. Ma anche i corsi di aggiornamento a scuola per gli insegnanti e i momenti di incontro dei genitori, dovrebbero contenere, almeno in parte, laboratori di “gentilezza verbale” e percorsi per esercitare il “fare gentile”.

Credo che ve ne sia un bisogno urgente, quanto meno per contrastare la violenza del turpiloquio che dilaga sui social, nei media, in particolare nei talk show, e fronteggiare per esempio quegli sgarbi televisivi che ci stanno abituando a un parlare offensivo e irrispettoso, rendendoci incapaci di riconoscere l’importanza del garbo e dell’agire gentile.

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA E STRESS

Essere gentili fa bene alla salute!

Il potere trasformativo della gentilezza è ampiamente dimostrato.

Numerosi studi rilevano come praticare gentilezza o fare del volontariato faccia bene alla salute, riducendo l'ansia e aumentando la stima di sé. A supporto di ciò due psicologhe sociali, Jennifer L. Trew e Lynn E. Alden (Alden et al., 2013) hanno verificato, su un campione di 115 studenti delle scuole superiori che praticare atti di generosità "a caso" potrebbe essere il segreto per alleviare una particolare forma di ansia, quella sociale, che corrisponde all'intensa paura di esporsi al giudizio degli altri o di trovarsi in determinati contesti sociali.

Fare del bene si traduce spesso in un gesto di gentilezza che migliora la nostra vita e quella degli altri.

La gentilezza è una forma di altruismo che impatta positivamente sulla psiche e sul corpo di chi la pratica.

Secondo uno studio del Dipartimento di psicologia della Ohio State University. «Gli esseri umani sono programmati per sentirsi bene quando compiono atti di gentilezza verso gli altri, un tratto imperativo in qualsiasi animale che si evolve per vivere e cacciare in gruppi sociali».

In sintesi: compiere atti di gentilezza verso gli altri migliora il nostro stato di salute.

Gli atti di gentilezza rilasciano potenti sostanze chimiche come ossitocina, serotonina e dopamina, elevando il nostro umore, aumentando gli stimoli di ricompensa e riducendo lo stress.

Il gold standard nei rapporti interpersonali e professionali è dato dalla sistemica interazione professionale che mescola l'arte della gentilezza e della compassione con la scienza applicata

Fonti (Fryburg DA, Ureles SD, Myrick JG, Carpentier FD e Oliver MB, 2021).

Non si tratta solo di un gesto cortese o di una parola gentile, ma di un vero e proprio antidoto allo stress.

Gentilezza è prima di tutto avere cura di noi stessi.

La gentilezza è il coraggio di avere cura delle proprie emozioni per ritrovare serenità e poter incontrare l'altro.

La dott.ssa K. Neff, psicologa e ricercatrice, ci suggerisce alcuni ingredienti speciali per avere cura con gentilezza di noi stessi: auto-gentilezza, senso di umanità e consapevolezza.

Con auto-gentilezza, la psicologa intende la capacità di avere cura di sé stessi con la stessa gentilezza, comprensione e supporto che si offrirebbe a un amico caro, specialmente nei momenti di difficoltà. Significa essere gentili e comprensivi verso sé stessi, evitando l'autocritica eccessiva e riconoscendo che tutti commettiamo errori e affrontiamo sfide. Questo ci consente di mantenere un equilibrio emotivo e promuovere il benessere psicologico.

Con senso di umanità, la ricercatrice fa riferimento alla capacità di riconoscere che tutti gli esseri umani condividono esperienze di sofferenza, fallimento e imperfezione. Le sfide che affrontiamo non sono uniche o isolate, ma fanno parte dell'esperienza umana universale.

Questo senso di umanità comune ci aiuta a sentirci meno soli nei momenti di difficoltà e a sviluppare una maggiore empatia verso noi stessi e gli altri.

Invece di sentirci isolati o giudicarci severamente quando commettiamo errori, possiamo ricordarci che tutti attraversano momenti delicati. Nutrire il senso di umanità permette la crescita personale e del team, poiché riconosciamo che lavorare insieme è essenziale per affrontare le sfide.

Nel contesto dell'autocompassione, definisce la consapevolezza come la capacità di essere pienamente presenti e consapevoli del momento presente, senza giudizio. Questo significa riconoscere i propri pensieri e sentimenti così come sono, senza cercare di sopprimerli o negarli. La consapevolezza implica una comprensione chiara e obiettiva delle proprie esperienze, permettendo di osservare le proprie emozioni e pensieri, senza essere sopraffatti da essi. Questo fa sì che riusciamo a mantenere un equilibrio emotivo e a rispondere alle situazioni in modo più calmo e riflessivo. In pratica, la consapevolezza ci permette di accogliere le nostre esperienze, anche quelle difficili, con gentilezza e comprensione, favorendo così un maggiore benessere psicologico e una migliore gestione dello stress.

Buon cammino di gentilezza a tutti.

La Gentilezza come cura antistress

Eiréne

“Praticate gentilezza a casaccio e atti di bellezza privi di senso” Anne Herbert

Cos'è la gentilezza?

Secondo la definizione del vocabolario Treccani, la gentilezza è un insieme di atti, espressioni, gesti di “amabilità, garbo e cortesia nel trattare gli altri”, una predisposizione d’animo basato sul rispetto e la cura per sé, per l’ambiente in cui viviamo ed anche per gli altri. Il 13 novembre viene celebrata la giornata mondiale dedicata alla gentilezza, istituita con lo scopo di valorizzare e ispirare gli atti di altruismo, cortesia e affabilità.

Come mai si è sentito il bisogno di celebrare la gentilezza dedicandole addirittura una giornata internazionale? Psicologi e sociologi stanno evidenziando sempre più come coltivare sentimenti di cura verso sé e gli altri, a cui corrispondono poi comportamenti che vanno nella stessa direzione, possa essere un potente strumento per la riduzione di ansia e stress, e in generale aumenti il benessere psicologico e la qualità di vita.

Essere gentili fa bene alla salute

Ci sono diversi studi che dimostrano come praticare gentilezza o fare del volontariato faccia bene alla salute, riducendo l’ansia e aumentando la stima di sé. A supporto di ciò due psicologhe sociali, Jennifer L. Trew e Lynn E. Alden (Alden et al., 2013) hanno verificato, su un campione di 115 studenti delle scuole superiori, che praticare atti di generosità “a caso” potrebbe essere il segreto per alleviare una particolare forma di ansia, quella sociale, che corrisponde all’ intensa paura di esporsi al giudizio degli altri o di trovarsi in determinati contesti sociali.

I giovani impegnati nella pratica della gentilezza hanno svolto ogni giorno per un mese piccoli favori e gesti gentili verso amici e familiari. Alla fine del periodo di studio hanno riportato miglioramenti nella loro vita sociale e si sono dichiarati più felici e meno stressati.

Sembrerebbe addirittura che fare del bene agli altri possa avere ripercussioni sulla salute fisica e sulla longevità. Da sempre chi è impegnato nel volontariato afferma che quest’attività è un’enorme fonte di soddisfazione e piacere, ma la Dott.ssa Suzanne Richards dell’Università di Exeter in Inghilterra, ha voluto confermare queste impressioni prendendo in esame 40 ricerche precedenti sull’argomento (Jenkinson et al., 2013). I risultati di questa analisi approfondita sembrano parlare chiaro: i vantaggi del volontariato per la salute mentale includono un miglior benessere psicofisico globale, minor rischio di ansia e depressione e una maggiore soddisfazione per la propria vita in generale. Alcuni dati hanno anche suggerito una riduzione della mortalità del 20% in chi pratica volontariato, tuttavia la dott.ssa Richards ha ammesso che le prove dei benefici sulla longevità non sono del tutto convincenti. Un fattore che sembra essere fondamentale nel determinare questi effetti positivi, è il vissuto di chi svolge attività benefiche senza aspettarsi nulla in cambio: per queste persone l’atto stesso di aiutare qualcuno restituisce un senso di soddisfazione che appaga e aumenta il benessere psicologico.

Tali effetti benefici sembrano poi riversarsi anche sul fisico: gli adolescenti coinvolti in attività di volontariato hanno riportato una riduzione dei livelli di colesterolo e dei marcatori delle infiammazioni, oltre che effetti positivi sull’autostima e sull’umore.

Alcuni ricercatori affermano che questo possa avvenire perché aiutare gli altri è appagante per

la psiche e questo, attraverso il sistema neuroimmunoendocrino che mette in comunicazione cervello, sistema immunitario e attività metaboliche, avrebbe ripercussioni benefiche su tutto l'organismo.

Altri autori (Neely et al., 2009) hanno voluto indagare se la compassione verso sé stessi, e non verso gli altri, fosse un fattore correlato al benessere mentale degli studenti universitari in momenti di forte stress (in particolare quando fallivano il raggiungimento di un obiettivo importante). Gli studenti hanno risposto ad una serie di test che misuravano i loro livelli di stress, di benessere psicologico e di autocompassione. Quest'ultimo aspetto è stato indagato con un questionario in cui vi erano affermazioni del tipo "Cerco di considerare i miei sentimenti come parte della condizione umana" o "Sono tollerante nei confronti dei miei difetti e delle mie inadeguatezze". Gli autori hanno trovato una correlazione positiva tra alti livelli di compassione e di benessere psicologico.

La compassione, in questo caso, viene intesa come un sentimento di partecipazione alle sofferenze della persona, unito al desiderio di alleviarle e di porre loro fine. Quando questo sentimento viene rivolto verso sé stessi, dunque, si traduce in un'accettazione del proprio dolore e delle proprie fragilità, viste come condizioni universali che accomunano tutti gli esseri umani, e non come un indice di inferiorità, stranezza o incapacità.

Provare compassione per gli altri e per sé è la base per coltivare la gentilezza.

Allo stesso tempo però, agire in maniera gentile (anche se "forzata" inizialmente), stimola e alimenta sentimenti di compassione e cura.

Prendersi cura di sé

In questo periodo abbiamo voluto parlarvi di gentilezza in quanto riteniamo che prendersi cura di sé, in qualunque modo questo avvenga, sia l'ingrediente essenziale per costruire una vita soddisfacente ed essere felici.

Gli atti di gentilezza gratuiti innescano circoli virtuosi: se qualcuno è gentile con me senza esserne obbligato, mi verrà voglia di rimettere in circolo ciò che ho avuto. E se questo vale per le cose negative tanto più vale per quelle positive. Non c'è bisogno di gesti eclatanti, è sufficiente una carezza, un sorriso, lasciar passare un'auto che esce da un parcheggio, ascoltare uno sfogo senza giudicare, chiedere "come stai?". Oppure, per coltivare gentilezza nei vostri confronti potete iniziare prendendo consapevolezza del modo in cui vi rivolgete a voi stessi: nel corso della giornata quante critiche vi fate e quanti complimenti? Che tono usate quando commentate quello che state facendo o vi date indicazioni? Provate a inserire nel vostro dialogo interiore qualche parola gentile o a trasformare le critiche in battute ironiche.

Lo sapevi che per coltivare la gentilezza puoi utilizzare anche la meditazione? Si tratta della Loving Kindness o meditazione della "gentilezza amorevole", ovvero uno stato d'animo opponibile all'odio, ma più vasto dell'amichevolezza: una gentilezza amorevole che contiene in sé la vicinanza dell'amicizia, l'apertura della gentilezza, la gratuità dell'amore. Nella pratica della Mindfulness, la loving Kindness si riferisce a un tipo di meditazione finalizzata a suscitare nel meditante un sentimento di vicinanza a tutti gli esseri viventi, abbracciandoli nell'aspirazione che possano stare bene ed essere felici (Wallace, 2001).

Un gesto di Gentilezza? Combatte depressione e stress. “E ci fa stare meglio”

Corriere della Sera

https://www.corriere.it/buone-notizie/23_agosto_17/gesto-gentilezza-combatte-depressione-stress-ci-fa-stare-meglio-e7de0386-3cec-11ee-9c8d-c4ac32cd9eb1.shtml

Uno studio della Ohio State University ha dimostrato gli atti di gentilezza (come offrire un caffè a uno sconosciuto) incrementano la connessione sociale e il benessere personale. Meglio di una giornata di divertimento Amare significa «voler fare del bene», come sosteneva lo scrittore-filosofo Lev Tolstoj. E fare del bene si traduce spesso in un gesto di gentilezza, che migliora la vita degli altri. Attenzione però: non solo influisce positivamente su chi lo riceve. Ma (anche e, vien da dire, soprattutto) a noi stessi che lo doniamo. E a dirlo non è solo la banale osservazione di una forma di altruismo o di buoni sentimenti, bensì addirittura uno studio del Dipartimento di psicologia della Ohio State University. «Gli esseri umani sono programmati per sentirsi bene quando compiono atti di gentilezza verso gli altri, un tratto imperativo in qualsiasi animale che si evolve per vivere e cacciare in gruppi sociali». In sintesi: compiere atti di gentilezza verso gli altri migliora il nostro stato di salute.

I risultati della ricerca sono stati pubblicati dalla rivista accademica americana «The Journal of Positive Psychology». I gesti gentili ci aiuterebbero insomma a combattere l'ansia, a ridurre i sintomi di depressione, a superare lo stress: un atto di gentilezza, continua lo studio, è più efficace rispetto alla scelta di pianificare un'attività o un momento di divertimento. E in questa direzione i ricercatori hanno approntato metodi di pensiero e comportamenti che possono capitare banalmente ogni giorno:

come ad esempio offrire un caffè a uno sconosciuto, oppure preparare i biscotti per il postino «I partecipanti registravano una varietà di sentimenti - si legge sul sito goodnews network, che ha rilanciato la notizia dello studio - come misurazioni prima dello studio, durante lo studio e cinque settimane dopo la sua conclusione. Questi includevano sentimenti di isolamento sociale, autocoscienza in pubblico o soddisfazione della vita». Sono stati individuati diversi gruppi e «quello della gentilezza - ha spiegato la coautrice Jennifer Cheavens psicologa della Ohio State University - ha avuto anche un aumento della connessione sociale che non si è verificato negli altri gruppi». La gentilezza, insomma, produce benessere.

La rivoluzione della Gentilezza e il suo impatto sul logoramento telomerico

State of Mind

<https://www.stateofmind.it/2023/03/gentilezza-telomeri/>

Piantare il seme della gentilezza può dare frutti immensi, perché esso ha il potere di crescere e sbocciare anche nel fango e nelle condizioni più avverse

Di Giulia Campanale

Pubblicato il 09 Mar. 2023

Aggiornato il 10 Mar. 2023 12:26

Gentilezza e stile di vita: quale impatto sul logoramento telomerico

Rapportarsi agli altri con gentilezza, ammettere gli errori, ringraziare, chiedere scusa, accogliere il perdono e praticare la gratitudine, sono valori e azioni che possono avere il potere di alleviare il peso di angosce, tristezza e sensi di colpa che avvelenano la nostra mente e le nostre cellule.

Una riflessione a partire da “Biologia della gentilezza” di Daniel Lumer e Immacolata De Vivo

Introduzione

Essere gentili ci fa stare sicuramente meglio. Ce lo dicono l'educazione, il buon senso, le millenarie tradizioni spirituali e religiose, e ora ce lo conferma persino la scienza.

Di questo ne parlano approfonditamente in “Biologia della gentilezza”

Daniel Lumer, autore di bestsellers e riferimento internazionale nelle scienze del benessere, e Immacolata De Vivo, epidemiologa della Harvard Medical School di Boston e tra i massimi esperti mondiali di genetica del cancro.

“Biologia della gentilezza” è una vera e propria mappa esistenziale che dimostra come un cambiamento in termini di consapevolezza interiore possa influire positivamente sulla nostra salute, sul nostro benessere, sulle nostre relazioni personali, sui processi sociali che viviamo e persino sul nostro DNA.

Telomeri, stress e gentilezza

Per gli scienziati e i ricercatori esistono diverse molecole nel nostro organismo che sono in grado di indicarci se siamo predisposti a una specifica malattia oppure no. Queste molecole prendono il nome di biomarcatori e fungono da sentinelle della nostra salute, poiché la loro presenza o assenza e le loro caratteristiche biologiche possono fornire informazioni essenziali riguardo alla probabilità di sviluppare eventuali condizioni patologiche.

Negli anni più recenti, un particolare gruppo di biomarcatori si è rivelato molto utile nel fornire interessanti informazioni sulla nostra salute e sulle nostre aspettative di vita. Si tratta dei telomeri, strutture di DNA presenti alle estremità dei cromosomi, necessarie a proteggere questi ultimi da eventuali danni e a mantenere integro e intatto il materiale genetico di una cellula.

Le cellule del nostro organismo si riproducono incessantemente, generando un ciclo di sostituzione costante di quelle cellule che giungono alla fine del loro ciclo vitale. In questo processo di replicazione, i telomeri perdono di volta in volta dei piccoli segmenti del loro filamento genetico, cosicché la nuova cellula avrà dei telomeri leggermente più corti rispetto a

quella da cui è stata generata. Si tratta di un processo del tutto naturale e irreversibile, che non ha di per sé delle conseguenze significative: nel corso della vita la lunghezza originaria dei nostri telomeri andrà gradualmente riducendosi, debilitando progressivamente la loro funzione protettiva e andando incontro a un processo di morte programmata nel momento in cui viene raggiunta una lunghezza critica che impedirebbe la possibilità di replicazione.

I telomeri possono quindi essere metaforicamente considerati come una sorta di orologio biologico che determina la durata della vita di una cellula e, per estensione, anche dell'organismo a cui appartiene.

Tuttavia, l'accorciamento della lunghezza dei telomeri non è solo frutto di un processo biologicamente naturale sul quale non abbiamo la possibilità di intervenire, ma è influenzato anche da elementi e fattori ambientali e dallo stile di vita. Il fumo e il consumo di alcolici, una cattiva alimentazione, la sedentarietà o lo stress sono tutte abitudini di vita ed elementi che contribuiscono ad accelerare il logoramento telomerico, creando terreno fertile per un invecchiamento precoce dell'organismo e l'insorgenza di malattie, poiché il DNA delle cellule, non essendo più adeguatamente protetto dai telomeri, viene più facilmente attaccato.

Questa complessa ma interessante interazione tra salute e ambiente è stata approfondita dal Nurses' Health Study (NHS), un importante studio cominciato nel 1976 all'Harvard Medical School negli Stati Uniti e tutt'ora in corso, che ha messo in luce l'importanza e l'influenza dello stile di vita sul nostro organismo. Il nostro DNA, infatti, è sorprendentemente modificabile e le nostre scelte e stili di vita possono trasformare la nostra genetica. I geni non sono qualcosa di immutabile, ma rispondono attivamente alle sollecitazioni provenienti dall'ambiente esterno adattandosi e manifestando un potenziale positivo o negativo in base agli input ricevuti.

Esiste quindi una variabile genetica di fondo sulla quale si innestano poi particolari condizioni ambientali e psicologiche che possono influire positivamente o negativamente sulla lunghezza dei telomeri e sul nostro stato di salute.

Oggi più che mai, la componente emotiva della nostra mente è coinvolta nei complessi meccanismi dello stress, il quale si rivela a tal proposito uno dei nemici più insidiosi, causa di spiacevoli condizioni di sofferenza psicologica.

Quando siamo sottoposti a stress, ansia o agitazione, il nostro cervello rilascia nel sangue una grande varietà di ormoni che preparano l'organismo alla cosiddetta risposta fight or flight, "combatti o fuggi", uno dei più preziosi meccanismi della nostra sopravvivenza, che ci mette nelle condizioni di affrontare un pericolo o scappare da esso con tutte le nostre forze. Queste reazioni sono regolate dall'asse ipotalamo-ipofisi-surrene e producono adrenalina e glucocorticoidi, tra cui il cortisolo, non a caso anche chiamato "ormone dello stress". Il cortisolo ha parecchi effetti fisiologici volti a favorire la capacità di affrontare o fuggire da un eventuale nemico: aumenta i livelli di zucchero nel sangue, innalza la pressione sanguigna, produce un calo dell'appetito, acutizza la memoria e l'attenzione e abbassa la percezione del dolore. Eppure, laddove brevi episodi di stress possono essere funzionali e non lasciare alcun segno duraturo sull'organismo, è stato dimostrato che un'esposizione prolungata al cortisolo e ad altri ormoni associati può provocare danni latenti collegati all'invecchiamento precoce e all'insorgenza di malattie croniche.

Anche il DNA telomerico subisce potenziali conseguenze negative derivanti da uno stato di stress cronico, il quale è riconosciuto come uno dei fattori che ne accelerano l'accorciamento, poiché il rilascio nel sangue di cortisolo e altri ormoni crea stress ossidativo e infiammazione, due condizioni biochimiche che favoriscono il logoramento di queste nucleoproteine (i telomeri appunto).

Si tratta chiaramente di un effetto non immediato ma progressivo: lo stress, se rilasciato in piccole dosi ma in maniera costante, funge da veleno per il nostro DNA, rendendo tossico

l'ambiente cellulare e favorendo lo sviluppo di patologie nel lungo periodo.

Nonostante la gradualità con la quale si manifestano, questo tipo di danni cellulari sono processi irreversibili, ma le loro conseguenze possono essere attenuate (ahimè non neutralizzate) dall'adozione di strategie protettive come gli stili di vita sani, la gentilezza, una corretta alimentazione, la meditazione e buoni rapporti sociali. Impegnarsi a migliorare fin da subito la qualità della nostra esistenza può davvero rivelarsi un importantissimo primo passo per arrivare a "sanificare" il nostro organismo e le nostre relazioni con il mondo.

Rapportarsi agli altri con gentilezza, ammettere gli errori, ringraziare, chiedere scusa, accogliere il perdono e praticare la gratitudine, sono valori e azioni tutt'altro che banali, poiché possono realmente avere il potere di alleviare il peso di angosce, tristezza e sensi di colpa che avvelenano la nostra mente e le nostre cellule.

È stato dimostrato che le persone che accolgono e praticano con più costanza questi valori hanno dei telomeri più lunghi rispetto a coloro che non lo fanno, e questo accade perché questi atteggiamenti positivi sono sorprendentemente in grado di contrastare i processi infiammatori e lo stress ossidativo che li deteriorano.

Essere gentili – con gli altri ma in primis soprattutto con sé stessi – e piantare il seme della gentilezza può dare frutti immensi, perché esso ha il potere di crescere e sbocciare anche nel fango e nelle condizioni più avverse.

La consapevolezza del ruolo migliorativo che la gentilezza e i sentimenti positivi svolgono per la nostra salute è già diffusa da tempo nel mondo scientifico, ma è solo negli anni più recenti che si è cominciato ad impiegare queste risorse in maniera più attiva – ad esempio adottando protocolli psicologici incentrati sulla pratica della gentilezza come veicolo di vicinanza umana ai pazienti che affrontano gravi malattie – con risultati significativi e molto incoraggianti.

La gentilezza, praticata in tutte le sue preziose forme, si è rivelata un potente strumento di benessere utile a disinnescare le emozioni negative e ripristinare l'equilibrio emotivo non solo nelle persone affette da gravi malattie, ma anche in persone sane e semplicemente soggette alle pressioni della vita quotidiana. Perché la gentilezza "è il punto di incontro tra dare e ricevere: quello spazio in cui scegli di donare ciò che vorresti ricevere, ed è così che ti fai dono". Gentilezza è meraviglia, è divenire l'amore che dai.

Conclusioni

Eliminare lo stress dalla nostra quotidianità non è possibile, specialmente nella dinamica realtà odierna, e non è nemmeno possibile evitare il graduale processo di invecchiamento del nostro organismo. È possibile però cambiare il modo in cui reagire ad esso e scegliere consapevolmente come vivere, contribuendo a posticipare e a rendere più piacevole questo nostro inesorabile e naturale destino. La "rivoluzione della gentilezza" allora ci porta concretamente ad una trasformazione interiore frutto di un nuovo senso di responsabilità, empatia e apertura. Perché la vera rivoluzione non può che partire da sé stessi, e ha poi un impatto anche sugli altri, sul mondo che abitiamo e l'universo che ci ospita. E allora, scegliere la gentilezza, così come l'ottimismo, la felicità, il perdono e la gratitudine, non è più solo una questione di buona educazione né una moda di passaggio, ma è una scelta consapevole, una scelta sentita, vissuta, resa manifesta lasciando entrare questi valori nelle nostre vite e allenandoci il più possibile ad essi.

La Gentilezza per migliorare l'ambiente lavorativo

GIUNTI Psychometrics

<https://www.giuntipsy.it/blog/post/la-gentilezza-per-migliorare-l-ambiente-lavorativo>

Nella corsa verso il successo e il raggiungimento degli obiettivi personali e aziendali, spesso ci dimentichiamo di una forza potentissima che può trasformare radicalmente il nostro ambiente lavorativo: la gentilezza. In un contesto in cui la competitività e le sfide quotidiane possono facilmente farci perdere di vista la nostra umanità, la gentilezza emerge come un potente catalizzatore di connessioni umane, collaborazione e benessere generale.

Inoltre, può contribuire a creare una cultura aziendale più empatica, collaborativa e gratificante.

La gentilezza non è solo un'opzione, ma un aspetto da mettere al centro di ogni processo e azione aziendale che non solo eleva il morale e il benessere dei dipendenti, ma migliora anche la produttività, la soddisfazione dei clienti e il successo complessivo dell'azienda. In questo articolo, esploreremo cosa si intende realmente per gentilezza, la sua importanza nei luoghi di lavoro e come essa possa contribuire al benessere individuale e collettivo.

LA GENTILEZZA

La parola "gentilezza" richiama il senso del garbato, del dolce, dell'amabile.

Ma la gentilezza va ben oltre il significato comune di buona educazione. È un valore sociale di fondamentale importanza, che crea senso di appartenenza, è un processo inclusivo i cui elementi caratteristici sono empatia, cortesia, amorevolezza e spirito di servizio ed è capace di esprimere un senso di appartenenza fondato su mutuo riconoscimento, rispetto e cura benevola.

È un tratto profondo dell'essere umano, utile all'evoluzione perché favorisce la creazione di legami sociali e spinge alla collaborazione. Dai piccoli gesti alle grandi iniziative di solidarietà, la gentilezza è il modo migliore che abbiamo per entrare in relazione con gli altri, per comunicare, per risolvere problemi e realizzare obiettivi.

I VANTAGGI DELLA GENTILEZZA

Promuovere la gentilezza all'interno dell'ambiente di lavoro comporta benefici sia a livello complessivo per l'azienda sia a livello individuale per le singole persone. Una cultura lavorativa fondata sulla messa in pratica di atteggiamenti gentili costituisce un eccellente impulso per incrementare il benessere dei singoli individui. Benessere che inevitabilmente incide positivamente anche sulla qualità delle performance lavorative.

Lavorare in contesti "gentili" risulta importante per prevenire possibili situazioni di stress o burnout, evitare insoddisfazione ed eccessivo turnover.

Questo è quanto rivelato dalla ricerca di Harvard Business Review, che ha mostrato come negli ambienti in cui si pratica la gentilezza lo stress lavorativo si riduce del 74% mentre i giorni di malattia diminuiscono in media del 13%. Inoltre, chi lavora in ambienti dominati da una cultura improntata alla gentilezza ha fatto registrare un aumento dell'impegno lavorativo pari al 76% e un incremento del livello di soddisfazione del 29%.

Il maggior benessere che deriva dalla diffusione di una cultura lavorativa gentile si riversa in maniera importante anche sulla salute delle persone diminuendo, ad esempio, i rischi di infarto al miocardio di circa il 2,5%.

LA LEADERSHIP GENTILE

Praticare la gentilezza sul luogo di lavoro risulta essere un ottimo metodo per aumentare la produttività e l'efficienza dell'azienda attraverso un miglioramento del benessere del personale lavorativo.

La promozione di queste pratiche, come di altri valori aziendali, deve innanzitutto partire dai vertici delle organizzazioni, ossia dalla leadership.

Essere leader gentili significa mettere in pratica una serie di comportamenti che producano non solo benessere per il personale lavorativo ma anche benefici per l'azienda stessa. La gentilezza può infatti essere un potente mezzo per mantenere i migliori talenti, aumentare il coinvolgimento delle persone e migliorare la produttività. Instaurare un clima di fiducia e stima reciproca in cui le persone si sentano valorizzate, aumenta la loro autostima, innescando una reazione a catena di emozioni positive che sfocia in un incremento delle performance lavorative e della produttività.

La Gentilezza in psicologia: perché è importante

Santagostino Psiche

<https://www.santagostino.it/magazine-psiche/gentilezza/>

La gentilezza è un'attitudine fondamentale per l'essere umano. Capace di rinsaldare i legami sociali, è un atteggiamento che ha molti risvolti positivi sul benessere psicofisico. Vediamo quali.

La gentilezza è un atteggiamento benevolo e rispettoso verso gli altri.

Questa attitudine, radicata nel rispetto e nell'empatia, caratterizzata dalla considerazione e preoccupazione verso gli altri, è considerata una virtù in molte culture.

Alimentata dalla compassione, la gentilezza si riflette in un atteggiamento di riguardo verso la preziosità di ogni vita. E non si limita soltanto ai rapporti con gli altri, ma abbraccia anche il rapporto con noi stessi.

Essa rappresenta un'esperienza profonda che crea significato e scopi, trasmettendo considerazione e apprezzamento per la dignità di ogni essere vivente.

In un mondo sempre più distante e impersonale, la gentilezza assume un ruolo cruciale. Oltre a migliorare il nostro benessere, crea un'atmosfera positiva intorno a noi. Gestì gentili non solo hanno un impatto sul nostro umore, ma sono legati anche a benefici fisici. Adottare la gentilezza come stile di vita può trasformare la nostra relazione con noi stessi e con gli altri.

Proprio come l'antico detto suggerisce: "Tratta gli altri come vorresti essere trattato". La gentilezza non è solo una virtù, ma una scelta consapevole che può creare un mondo più armonioso e appagante per tutti.

Cosa significa essere una persona gentile?

La gentilezza trova radici profonde nel nostro istinto di cooperazione e altruismo, elementi essenziali per la sopravvivenza della specie. Questo comportamento prosociale va al di là dell'individuo, poiché nutre anche i bisogni psicologici di relazione e appartenenza.

Agire gentilmente genera una cascata di effetti positivi. Non solo fa bene all'altro, ma fa bene anche a noi stessi. La scienza dimostra, ad esempio, che atti di gentilezza stimolano il rilascio di neurotrasmettitori come serotonina e ossitocina, riducendo così ansia e paura.

Essere gentili può aumentare l'autostima, soprattutto negli adolescenti, e migliorare il benessere psicologico generale. Inoltre, atti di gentilezza non solo migliorano il nostro stato emotivo, ma sono stati collegati anche a una migliore salute fisica generale.

A cosa serve la gentilezza?

La gentilezza, come accennato, ha un profondo impatto sul nostro benessere emotivo, sociale e persino fisico.

Agire con gentilezza non solo migliora la qualità delle relazioni interpersonali, ma contribuisce anche a creare un senso di comunità e solidarietà.

Dal punto di vista psicologico, la gentilezza non solo stimola l'attivazione di neurotrasmettitori legati al piacere e al benessere, ma può anche influenzare positivamente l'espressione genica associata a una migliore immunità. Inoltre, è un modo per contrastare l'ansia sociale e promuovere una maggiore connessione tra le persone, riducendo l'isolamento e aumentando il senso di appartenenza.

Gli studi dimostrano che i neonati già esprimono comportamenti affabili verso gli altri a

partire dai 6 mesi di età. La cooperazione e l'altruismo sono stati essenziali per l'evoluzione umana, e il nostro sistema nervoso è cablato per rispondere positivamente alla gentilezza. La gentilezza, dunque, riveste un ruolo centrale nel campo della psicologia, poiché incide profondamente sulla nostra salute mentale e sulle dinamiche relazionali. La psicologia dimostra che praticare atti di gentilezza non solo migliora il nostro stato d'animo, ma contribuisce anche a creare un circolo virtuoso di emozioni positive e connessioni significative.

Riduzione dello stress e dell'ansia

Uno dei vantaggi più notevoli della gentilezza risiede nella sua capacità di ridurre lo stress e l'ansia. Viviamo in un mondo frenetico, in cui i ritmi accelerati possono lasciarci esausti e tesi. Gli atti di gentilezza, come aiutare qualcuno in difficoltà o semplicemente condividere un sorriso, agiscono come un contrappeso a questo stress. Come già detto, stimolano il rilascio di sostanze chimiche nel nostro cervello, che riducono i livelli di cortisolo, promuovendo una sensazione di calma e benessere.

Benessere emotivo

La gentilezza ha il potere di migliorare il nostro benessere emotivo. Compiere gesti gentili non solo fa bene a chi riceve la gentilezza, ma anche a chi la offre. Si è scoperto che agire gentilmente attiva le aree del cervello legate alla gratificazione e al piacere, creando un senso di soddisfazione interiore.

Legami sociali

La psicologia sociale ci insegna che la gentilezza e l'altruismo sono fondamentali per il funzionamento delle comunità umane. Praticare la gentilezza ci rende più attraenti agli occhi degli altri, facilitando la formazione e il mantenimento di legami salutari. Inoltre, agire gentilmente può spezzare il circolo vizioso dell'isolamento sociale, poiché crea un ambiente di fiducia reciproca che incoraggia l'apertura emotiva e la condivisione.

La gentilezza crea un ambiente positivo. Negli ambiti lavorativi e familiari, questa attitudine può trasformare radicalmente le dinamiche comportamentali.

Gli individui che praticano la gentilezza si dimostrano più collaborativi, comunicativi ed empatici. Ciò crea un contesto in cui le idee fluiscano liberamente, in cui i conflitti si risolvano in modo costruttivo e in cui ogni persona si senta valorizzata e rispettata.

Autostima e gentilezza

La gentilezza nutre l'autostima. Gli atti di gentilezza non solo influenzano positivamente l'immagine che gli altri hanno di noi, ma anche la percezione che abbiamo di noi stessi. Quando ci impegniamo in comportamenti gentili, sperimentiamo una sensazione di realizzazione e autoefficacia. Questo, a sua volta, rafforza l'autostima e la fiducia nelle nostre capacità.

Come si pratica la gentilezza?

La gentilezza è un atto concreto che può essere coltivato quotidianamente per ottenere benefici duraturi nella nostra vita e nella vita degli altri. Ecco alcuni modi concreti attraverso cui praticare la gentilezza e renderla parte integrante del nostro stile di vita:

Auto-gentilezza: prima di poter essere gentili con gli altri, è essenziale iniziare da noi stessi. Coltivare l'autocompassione significa trattarsi con lo stesso affetto e comprensione che riserveremmo a un amico caro. Sfumare la voce critica interna e accogliere le nostre imperfezioni è il primo passo per creare un legame gentile con noi stessi

Atti quotidiani: la gentilezza può essere espressa attraverso piccoli gesti quotidiani. Sorridere a un estraneo, tenere aperta una porta, fare un complimento sincero: queste azioni apparentemente semplici possono fare la differenza nella giornata di qualcuno e nel nostro umore

Volontariato: offrire il nostro tempo e le nostre risorse per aiutare gli altri è un modo potente per esprimere gentilezza. Partecipare a iniziative di volontariato ci mette in contatto con le esigenze della comunità e ci offre la possibilità di fare una differenza tangibile nella vita delle persone

Ascolto empatico: una forma profonda di gentilezza è l'ascolto attivo ed empatico. Dare a qualcuno la nostra piena attenzione senza giudicare o interrompere può far sentire all'altra persona veramente vista e compresa

Autenticità: la gentilezza autentica deriva da un sincero desiderio di aiutare gli altri. Quando agiamo con gentilezza senza aspettarci nulla in cambio, creiamo un legame genuino e duraturo che va al di là delle apparenze.

Come essere gentili con se stessi aiuta a combattere l'ansia

Teva Italy

<https://www.tevaitalia.it/nei-miei-panni-storie-di-pazienti/tutte-le-storie/gentilezza-verso-se-stessi-per-combattere-ansia/>

Essere gentili con se stessi significa essere comprensivi, generosi e premurosi con se stessi. Io riesco a essere tutte queste cose per gli altri, soprattutto per la famiglia e gli amici. Ma verso di me...Faccio fatica.

Convivere con l'ansia sociale per oltre dieci anni significa aver perfezionato l'arte dell'autopunizione, sia fisica che mentale, tanto che nel 2019, quando stavo scrivendo il mio secondo libro, ho trascurato anche i miei bisogni più elementari, come il cibo e il riposo. Mi sono sminuita per il fatto di essere "debole". Mi sono spinta a lavorare più duramente che mai e per più ore.

Questo approccio non è raro, soprattutto sul posto di lavoro. Come dice magnificamente la giornalista Sarah Wilson: "Il comportamento ansioso viene premiato nella nostra cultura. Essere teso, agitato, frenetico e superimpegnato ha un valore aggiunto".

Sono arrivata ad un punto in cui ho capito che non potevo andare avanti a trattarmi in quel modo quando sono finita in pronto soccorso per un esaurimento nervoso. Avevo bisogno di intraprendere dei cambiamenti.

3 modi per essere gentili con se stessi

1) Pensare alla "gentilezza" come a un'entità separata da noi

Nel suo libro "The Kindness Method" (Il metodo della gentilezza) la guru Shahroo Izadi fa riferimento all'"analogia del divano" e ci insegna come imparare ad essere gentili con noi stessi gradualmente.

L'autrice incoraggia i lettori a immaginare il proprio critico interiore come una persona che occupa troppo spazio sul divano e che ci urla offese.

Introduce poi un secondo personaggio, la gentilezza, che parla in modo sommesso e che tarda un po' a mettersi a proprio agio ma che alla fine si sistema sul braccio dello stesso divano e contesta delicatamente ciò che il critico sta dicendo.

La scrittrice aggiunge: "Inizialmente il critico interiore avrà la meglio, perché la gentilezza non è abituata a essere presente, ma lentamente, man mano che la conversazione immaginaria prosegue, la gentilezza inizierà a superare le barriere mentali che abbiamo. L'idea è quella di costruire una nuova abitudine, piuttosto che sostituirla con una cattiva" (Izadi, 2018, p.54).

2) Fare un elenco delle cose di cui abbiamo bisogno per sopravvivere

Ancor meglio, pensa a ciò di cui ha bisogno un bambino. Poi contrassegna letteralmente ogni elemento man mano che lo porti a termine, giorno dopo giorno.

Considerarmi un'assistente per la versione ansiosa di me mi tiene in equilibrio. Il buon cibo, ad esempio, non è un lusso, ma una necessità.

L'affetto mi rilascia la necessaria dose di ossitocina!

3) Sentirsi in colpa, poi continuare

Tutti abbiamo qualcosa che ci conforta. Per me, ad esempio, si tratta del sonno. Nonostante stare a letto sia spesso associato alla "pigrienza", è una cosa che mi tranquillizza e che faccio una volta alla settimana. Sento ancora il senso di colpa, ma, come con le critiche, lascio perdere. Poi mi fermo... e sai cosa? Ci si sente una favola.

Fingere di essere gentile con me stessa, piuttosto che aspettarmi di esserlo davvero, è stato un buon inizio. Mi ha aiutato a creare abitudini nuove e sane. Non posso impedire al mio cervello di essere critico, ma posso abbassare il volume della sua negatività con un po' di cura e amor proprio.

Gentilezza: cosa significa in psicologia e perché è importante

Gruppo San Donato

<https://www.grupposandonato.it/news/2023/novembre/gentilezza-significato-psicologia>

La gentilezza, qualità nobile, rara e forse un po' obsoleta, ha in sé un forte potenziale: è un elemento essenziale dal quale possono prendere vita relazioni sane e virtuose. Praticare gentilezza, trattare gli altri in modo delicato, ci fa essere più felici, migliora il clima in cui viviamo e apporta un generale benessere psico-fisico.

Oggi, in occasione della giornata mondiale della gentilezza, affrontiamo questa tematica con il dott. Davide Carlotta, psicologo e psicoterapeuta presso l'ambulatorio dedicato dell'Istituto di Cura Città di Pavia, dell'équipe del prof. Fossati, professore ordinario e preside della Facoltà di Psicologia dell'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano.

Cos'è e qual è il significato psicologico di gentilezza

Dare una definizione univoca del concetto di gentilezza non è un'operazione semplice. "La ricerca in psicologia - spiega il dott. Carlotta - si è ripetutamente interrogata sugli effetti che gli atti di gentilezza possono avere, tanto su chi li pratica, quanto su chi li riceve. Spesso, però, autori diversi danno allo stesso costrutto definizioni diverse.

Sotto il termine generico di 'gentilezza' sono incluse numerose emozioni e comportamenti prosociali correlati, come quelli di:

- cura;
- generosità;
- altruismo;
- empatia;
- gratitudine;
- compassione.

Una possibile ragione per questa disomogeneità può avere a che fare con la natura complessa del fenomeno. Essere autenticamente gentili, infatti, richiede un coinvolgimento sotto diversi aspetti:

- emotivo, con sentimenti orientati verso l'altro, come simpatia, empatia e rispetto, oppure internamente, come il senso di colpa per un comportamento sbagliato;
- cognitivo, attraverso un processo attivo di comprensione e integrazione del proprio punto di vista con quello altrui, che amplia la portata della nostra mente e facilita l'apertura a nuove esperienze;
- comportamentale, svolgendo azioni orientate verso gli altri, come semplici atti di prosocialità (per esempio, aiutare o confortare un altro) o comportamenti prosociali più complessi (quali condividere, cooperare o includere persone discriminate), oppure orientate al sé, come i comportamenti di cura di sé".

Perché è importante essere gentili?

La risposta del perché è importante ci viene dalla letteratura scientifica ed è tanto semplice quanto efficace: perché ci fa bene, indipendente da età, sesso, provenienza geografica, etc. Una simile evidenza non dovrebbe tuttavia sorprenderci.

"La specie umana, d'altronde - spiega il dott. Carlotta -, discende da una lunga stirpe di

primati sociali, che vivono in gruppo da milioni di anni. La selezione naturale ha dunque favorito un'ampia gamma di meccanismi psicologici che hanno permesso agli esseri umani di trarre vantaggio dalle interazioni cooperative”.

Salutare, sorridere, essere predisposti al dialogo, porsi in modo educato sono azioni che ci fanno apparire gentili agli occhi degli altri. La gentilezza crea connessione, empatia, rasserena e accoglie, ci fa sentire capiti. Non vi è un ambito ristretto nel quale essere gentili: sconfinare in questo senso è auspicabile perché bendispone l'altro, in qualsiasi ambito relazionale, amicale, familiare o lavorativo.

Cosa succede nel nostro cervello quando compiamo un atto di gentilezza

Essere gentili:

aumenta i livelli di ossitocina e serotonina nel nostro cervello; conferisce una sensazione di appagamento e di benessere generale.

“È stato ipotizzato, per esempio, che le relazioni sociali positive – spiega lo specialista - possano influenzare la risposta a cascata allo stress. In particolare, migliorando la resilienza e tamponando la risposta ai fattori di stress, il supporto sociale ne diminuirebbe l'impatto negativo sulla salute fisica e mentale. Questo avverrebbe perché il comportamento sociale sembra appoggiarsi a un circuito neurale alternativo rispetto a quello implicato nelle risposte di attacco-fuga, favorendo così risposte più modulate agli eventi stressogeni”.

Quali sono i benefici per il nostro organismo

“I risultati di una revisione metanalitica (un tipo di ricerca che sintetizza i dati provenienti da diversi studi condotti in precedenza su un dato argomento) hanno mostrato - continua il dottore - come anche le evidenze sperimentali siano concordi nell'indicare che compiere atti di gentilezza migliori il benessere di chi li compie.

L'intensità di questo effetto è comparabile a quello di altri interventi psicologici quali la mindfulness o il pensiero positivo.

“Non si è tuttavia arrivati a un dato conclusivo circa la durata di questo effetto, se sia solo a breve termine oppure persista più a lungo nel tempo.

Questa capacità degli atti di gentilezza di indurre felicità e benessere, inoltre, promuove la messa in atto di ulteriori comportamenti prosociali, innescando così un circolo virtuoso” conclude il dottore.

Essere più gentili con se stessi: il principio alla base di una migliore salute mentale

State of Mind

<https://www.stateofmind.it/2024/02/gentili-se-stessi/>

Essere gentili con se stessi tende a ridurre il disagio psicologico, aumentare la resilienza e migliorare le relazioni interpersonali

I vantaggi dell'essere più gentili con se stessi

Capita spesso di essere molto critici e duri con se stessi, non riconoscendo gli sforzi e i risultati ottenuti, ma focalizzandosi solo ed esclusivamente sui fallimenti o su ciò che poteva essere fatto meglio o diversamente. Si tende a soffermare l'attenzione sui propri limiti, senza valutare anche le competenze e le capacità, generando un loop di autocritiche e insoddisfazione personale.

Questo atteggiamento autopunitivo risulta potenzialmente dannoso, in quanto in grado di generare in chi lo vive una sensazione di indegnità e inadeguatezza talmente profonda da creare una spaccatura tra sé e gli altri, aumentando i livelli percepiti di disconnessione e solitudine (Miller, 2024).

Tutto ciò si riflette nei modelli di attivazione cerebrale: due studi (Vitale & Smith, 2022; Szcześniak et al., 2020) hanno scoperto che la bassa autostima e l'isolamento sono associati ad un'alterata attività delle aree connesse alla motivazione e alla risposta da stress.

Al contrario, una buona considerazione di sé è collegata ad una maggiore percezione di gratitudine per la vita e allo sviluppo di sentimenti positivi verso gli altri. Non a caso, lo studio condotto dal ricercatore MacBeth (MacBeth & Gumley, 2012) ha appurato il fatto che trattarsi bene e con gentilezza tende a ridurre il disagio psicologico e ad aumentare la resilienza.

Le origini dell'autocritica e della mancata gentilezza verso di sé

La necessità di dare sempre il massimo, di non sbagliare mai e di valutare se stessi solo ed unicamente sulla base dei risultati lavorativi e scolastici non è solo determinata da aspetti culturali in grado di generare un clima di competizione e di confronto perenne, ma affonda spesso le sue radici nelle modalità con cui i caregiver crescono ed educano le persone fin dall'infanzia.

Un genitore estremamente critico e con alte aspettative riguardo le performance del figlio rischia di generare in quest'ultimo la convinzione di meritare amore ed affetto solo se perfetto, dando vita ad un loop di autocritica e insoddisfazione perenne.

Risulta quindi cruciale ampliare il modo in cui si pensa e si parla a se stessi, poiché volendosi bene un po' di più è possibile vedere oltre l'ideale di perfezione, ideale che non riuscirà mai a concretizzarsi in quanto, di fatto, irraggiungibile (Miller, 2024).

L'autocompassione e la gentilezza generano comprensione per gli altri

Adottare un linguaggio e una visione di se stessi più comprensiva e dolce, permette a sua volta di sviluppare atteggiamenti di connessione e comprensione anche verso le altre persone. Avere una maggiore consapevolezza delle proprie emozioni permette di sviluppare sensibilità e reattività verso gli stati emotivi delle altre persone (Miller, 2024). Infatti, l'insula anteriore, l'area del cervello che media queste connessioni, si attiva ogni qualvolta si presta attenzione al proprio stato emotivo e fisico, ed è coinvolta nel modellare i

sentimenti di connessione, amore e cooperazione quando interagiamo con gli altri (Cittern & Edalat, 2017). Al contrario, le aree che generalmente sono implicate nei processi di ricompensa sociale e connessione con gli altri possono essere sotto attivate in condizioni di ansia e depressione, facendo sentire di conseguenza gli individui ancora più soli (Winker et al., 2019).

Praticare la gratitudine e la gentilezza per stare meglio con se stessi e con gli altri
Secondo lo studio condotto da Hazlett (Hazlett et al., 2021) essere grati promuove il benessere psicofisico e influisce significativamente su alcuni sistemi biologici, diminuendo l'attività di determinate aree del cervello che generano emozioni negative. Essere grati, inoltre, non solo aumenta la percezione di soddisfazione della vita e riduce notevolmente lo stress, ma è anche in grado di frenare l'invidia e l'impellente bisogno di confrontarsi con gli altri, diminuendo di conseguenza la percezione di non essere mai abbastanza.

Fermare questo processo costante di autocritica e confronto con gli altri parte dal riconoscere se stessi come superiori e distaccati dai propri difetti, in quanto non definiti da essi. Solo in questo modo la gentilezza e la bontà verso se stessi e gli altri possono davvero fare il loro corso.

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.

GENTILEZZA E SOCIAL MEDIA

La Gentilezza è il codice linguistico più potente, che possa esistere. Capace di dialogare con chiunque, abbatte ogni barriera, ed innalza l'empatia dialogica e di confronto.

Questa dinamica è applicabile sia nel mondo reale, sia in quello virtuale.

Di gentilezza digitale, se ne parla anche in contesti scolastici, volendo dare ai ragazzi strumenti concreti per affrontare e prevenire atteggiamenti di prevaricazione nati dall'uso improprio di web, social network e App di messaggistica.

Un impegno, che il MIG e l'OIGEC hanno deciso di onorare, e portare avanti.

Dal sociologo Franco Ferrarotti, arriva un richiamo puntuale. Ferrarotti non è d'accordo sul fatto che i social network, una delle più grandi espressioni della rete, siano un fenomeno globale.

In grado di muovere consensi, propaganda, voti.

Spiega:

'Non c'è ancora una prova assoluta per la certezza di questa teoria. Ma non c'è dubbio che i messaggi ripetuti in uno status e propinati ad una enorme platea così, senza una critica che li accompagni e che ne diminuisca il peso, rappresentano un grosso e pericoloso macchinario genera-consensi. Bisogna insistere sulla consapevolezza dei rischi di un progresso tecnico, quando questo viene recepito in maniera acritica'.

Un monito arriva direttamente dalle Nazioni Unite:

'È dovere globale di tutti i cittadini e le cittadine contrastare l'incitamento all'odio On/Off Line.

Ciò, che serve è praticare gentilezza'.

La relazione ai tempi dei social: quando anche le emozioni entrano nella rete e diventano emoticons

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/la-relazione-ai-tempi-dei-social/>

Con l'avvento della tecnologia molti aspetti della Società sono cambiati, basti pensare a come ci informiamo, come parliamo e pure come votiamo. Negli ultimi anni, a tal proposito, anche le relazioni tra le persone hanno subito grossi cambiamenti con l'introduzione e la diffusione di applicazioni e social media.

Di fatto, al mondo digitale, senza ombra di dubbio, si può attribuire la grande capacità di annullare (quasi) le distanze tra le persone. Un fattore positivo, in quanto permette di mantenere i propri contatti attivi ovunque e con facilità. Anche se, d'altra parte, è anche vero che questa forte possibilità può tradursi, come molto spesso accade, in una conseguenza negativa: non si sente più il bisogno di trovarsi di persona e i rapporti, dunque, si fanno sempre più difficili, freddi e filtrati.

Tutto questo, ha ripercosso e ripercuote sulle relazioni, che siano esse tra amici, familiari o coppia di innamorati.

Vi ricordate quando per parlare con un amico andavate davanti a casa sua e suonavate il campanello oppure lo chiamavate al telefono dei genitori? Ildigitale.it (<https://www.ildigitale.it/lamore-ai-tempi-dei-social-come-cambiano-le-relazioni-nelleradigitale/>) rievoca così il passato parlando di questi momenti come attimi di attesa ricchi di ansia e trepidazione che precedevano l'incontro o la chiamata ad un'altra persona per noi importante. Una sensazione vera che dava valore aggiunto al legame tra amici o fidanzati. Oggi, questa attesa non c'è più. Tutto è immediato e semplice in un mondo in cui siamo costantemente e continuamente in contatto tramite Whatsapp, Instagram o Facebook. Dunque, citando l'articolo "Relazioni online: è l'uomo che cambia Internet, non viceversa" di Wired.it (<https://www.wired.it/internet/social-network/2015/10/16/relazioni-online-uomo-cambiainternet/>), i social media e le app svolgono il ruolo di "luoghi di espressione – e per tanto, di manifestazione anche delle relazioni sociali"

Con queste premesse, possiamo veramente affermare che si possono creare, mantenere e vivere relazioni nel mondo virtuale? E se è così, sarebbero ugualmente vere e forti, come quelle che avvengono nel mondo reale? Ecco, quindi, che occorre innanzitutto saper distinguere il reale dal virtuale, l'offline dall'online ed essere coscienti dell'esistenza di questi due mondi paralleli.

Un articolo del 2015 di The Next Web intitolato "Il web ha cambiato per sempre le nostre relazioni" fa il punto sulle motivazioni che portano le persone, in particolare gli adolescenti, ad intrattenere maggiormente relazioni online. Una relazione faccia a faccia comporta un certo grado di difficoltà, in quanto si basa sulla condivisione sia di informazioni verbali, che non verbali, come la dimostrazione di emozioni, dubbio e preoccupazione. Al contrario, Internet concede l'anonimato e la distanza fisica, due attributi favorevoli che permettono alle persone di dire, fare e condividere cose e sentimenti che al di fuori dello spazio cibernetico non farebbero mai. E' quello che si intende per effetto di disinibizione. Questi aspetti si possono riscontrare, tanto all'interno di flussi di comunicazione tra individui, quanto nella creazione e mantenimento delle relazioni personali. Detto ciò, il cyberspazio tra gli individui sembra

essere una lama a doppio taglio.

Secondo un recente studio della Pew Research, svolta negli Stati Uniti nel 2015, le nuove tecnologie migliorano di gran lunga le relazioni tra gli adolescenti; grazie ad una continua connessione, infatti, riescono a sentirsi sempre vicini e ad avere una molteplicità di occasioni per risolvere eventuali problemi. I numerosi gruppi creati e la presenza online rafforzano il legame all'interno del gruppo di amici, della coppia e tra membri della famiglia. Oltre che a migliorare l'autostima del singolo individuo.

Tuttavia, se guardiamo anche l'altra faccia della medaglia, vediamo un aspetto negativo di rilievo da non trascurare. Gli adolescenti, o anche chiamati "i sempre connessi", perdono consapevolezza del valore della relazione in quanto tale; non distaccano l'offline dall'online e, così facendo, reputano uguale relazionarsi tramite applicazioni e social all'incontrarsi di persona. Di questo passo, sentono meno il bisogno di vedersi faccia a faccia. Inoltre, i giovani digitali sono pigri, ecco perché, tendono sempre verso la soluzione meno impegnativa e rapida, in cui le emozioni, anche per i più timidi, si traducono con semplici emoticons di rimpiazzo. Tutto perde valore: l'amicizia e i sentimenti diventano icone dalle diverse forme, colorate e poste su uno schermo. Una volta fuori dal mondo digitale ci sentiamo persi, non sappiamo come comportarci, come relazionarci perché abituati a ricevere sempre un aiuto da parte dei social e una continua distrazione socialmente accettata. A questo proposito, il sociologo Zygmunt Bauman in un'intervista dichiara:

"Il mercato [...] ci alletta con la promessa di poter avere tutto senza fatica: soddisfazione senza lavoro, guadagno senza sacrificio, risultati senza sforzo, conoscenza senza un processo di apprendimento. L'amore richiede tempo ed energia. Ma oggi ascoltare chi amiamo, dedicare il nostro tempo ad aiutare l'altro nei momenti difficili, andare incontro ai suoi bisogni e desideri più che ai nostri, è diventato superfluo: comprare regali in un negozio è più che sufficiente a ricompensare la nostra mancanza di compassione, amicizia e attenzione."

In conclusione, i nostri rapporti oramai sono mediati, superficiali e, anche se si sostiene il contrario, distaccati.

Tuttavia, sempre su suggerimento del grande sociologo potremmo sollevare una curiosa domanda: siamo sicuri che questa tendenza ad abbandonarci ai social e alle applicazioni per instaurare e far progredire le nostre relazioni, distaccandoci dal vero valore delle stesse, sia tutta colpa della tecnologia? oppure siamo noi a non essere più in grado di rapportarci agli altri? Se riprendiamo Bauman, infatti, sembrerebbe che noi:

"Tendiamo a non tollerare la routine, perché fin dall'infanzia siamo stati abituati a rincorrere oggetti "usa e getta", da rimpiazzare velocemente. Non conosciamo più la gioia delle cose durevoli, frutto dello sforzo e di un lavoro scrupolo".

Indubbiamente, come accennato prima la nostra propensione alla pigrizia, all'aver tutto subito e nell'immediato, contribuiscono alla qualità delle relazioni che si instaurano. Ciò nonostante, le nuove tecnologie alimentano questa nostra tendenza e affievoliscono ciò che per la nostra Società ha sempre occupato un ruolo essenziale: amore, amicizia e famiglia.

Pensiamo che un "ti voglio bene" inviato per Whatsapp nel gruppo della famiglia basti a sistemare i rapporti con i genitori dopo una discussione animata, che un like alla ragazza che mi piace sia sufficiente a farle capire le mie intenzioni, che bloccare l'ex fidanzato sui social lo elimini del tutto dalla Terra oppure che la condivisione di un video divertente ad un amico gli faccia dimenticare delle cose per cui vuoi farti perdonare.

Pertanto, sarebbe inopportuno e incosciente non condividere l'idea che i social media e le applicazioni siano importanti all'interno dei rapporti con le persone e, più in generale, nella vita quotidiana di tutti. Sono un ottimo strumento per comunicare e per manifestare ciò che non diremmo o faremmo abitualmente. D'altra parte, sarebbe altrettanto incosciente affermare che ciò che si costruisce coi media abbia lo stesso significato del reale.

Allo stesso modo non possiamo attribuire tutta la colpa, di quanto affermato fino ad ora, agli individui stessi, in quanto essi crescono al passo con i cambiamenti sociali. Quindi, danno importanza alle cose in base agli insegnamenti che ricevono dalla Società.

Ecco, dunque, che l'introduzione dell'articolo si adatta anche al ruolo di conclusione: la consapevolezza di ciò che è online e ciò che è offline è essenziale. Ugualmente lo è capire come, quando e quanto usare la tecnologia nei diversi gradi di relazione. Non c'è una colpa da attribuire.

L'intento di questo articolo è quello di evidenziare i pro e i contro legati all'utilizzo delle tecnologie digitali all'interno delle relazioni tra gli individui, cercando di esplicitare motivazioni e conseguenze di certi atteggiamenti.

di Chiara Perozzo

L'influenza dei social media sulla comunicazione politica

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/linfluenza-dei-social-media-sulla-comunicazione-politica/>

Sommario

- – Introduzione
- -Prima dei Social Network
- -L'era dei Social Network
- -Conclusioni
- – Bibliografia e Sitografia
- – Chi sono
- Introduzione

La comunicazione politica è ormai oggetto di studi dagli anni cinquanta, quando negli USA si cominciò a sentire l'esigenza di stabilire una relazione fra politica e cittadino attraverso un attento studio dei messaggi riguardanti la politica pubblicati nei mass media.

Non esiste una definizione precisa della materia ma sappiamo che è stata studiata e analizzata dalle principali discipline della scienza sociale: sociologia, psicologia sociale, antropologia, semiotica e scienze politiche.

In base alle peculiarità del contesto analizzato si predilige un approccio rispetto ad un altro, al fine di enfatizzare un fenomeno e osservarne gli effetti.

Nel corso degli anni tutti i mass media hanno dimostrato di poter condizionare l'opinione pubblica attraverso gli strumenti quali i giornali, le radio e la televisione.

L'avvento del web nei primi anni duemila ha portato a numerose novità, come per esempio la nascita delle comunità online, cerchie di persone che condividono uno stesso interesse, molto utilizzate per cercare di aprire il dialogo con gli elettori.

Con la nascita dei social media ormai nessun politico può esimersi da gestire degli account in uno o più social e le persone possono reperire le informazioni desiderate direttamente dall'emittente.

Lo storytelling è diventato lo strumento con il quale il politico costruisce la sua immagine e la associa a dei valori facilmente riconoscibili dagli elettori.

Al giorno d'oggi gli strumenti della comunicazione sono così importanti nelle campagne elettorali da influenzarne la decisione dei contenuti.

-Prima dei Social Network



Scena di "Quarto Potere" di Orson Welles.

“-Dunque, signor Carter, c'è un titolo su tre colonne in prima pagina del Chronicle.

-Perché l'Inquirer non ha un titolo su tre colonne?

-La notizia non era importante.

-Signor Carter, se il titolo è grande la notizia diventa subito importante."

Questo dialogo fra Charles Foster Kane e Herbert Carter, estratto dal film "Quarto Potere" di Orson Welles, ci fornisce un'idea di come funzionasse la comunicazione attraverso l'uso dei giornali.

Del resto, Orson Welles ci abituò a iniziative davvero esilaranti, come ad esempio la cronaca del finto atterraggio sulla terra degli alieni utilizzando la radio.

In tutti i casi, nei primi anni del novecento, si reputava vero e assolutamente indiscutibile e rilevante, tutto ciò che veniva scelto e pubblicato dai mass media.

La situazione politica in Italia era assai bene diversa rispetto a quella degli USA: nella prima abbiamo assistito a partiti di massa molto solidi che hanno resistito a lungo, grazie anche al fatto che c'era una forte partecipazione popolare.

Negli States a partire dal dopoguerra i partiti politici si sono formati come organizzazioni elettorali, dove il candidato per raccogliere consensi doveva condurre una sorta di tour, venendo a contatto con migliaia di potenziali elettori, la cosiddetta "politica delle strette di mano".

In questi anni, gli strumenti e le tecniche della comunicazione politica fra i due paesi sono molto simili.

Con la nascita della tv aumentano le differenze nel modello economico americano, basato sulla privatizzazione di qualsiasi bene pubblico. Anche la televisione ragionava attraverso logiche commerciali, infatti, nell'immediato dopoguerra abbiamo episodi quali gli spot di Eisenhower: Negli anni sessanta assistemmo a nuovi modelli di dibattito politico, come ad esempio il celebre confronto tra Nixon e Kennedy.

In Italia, invece, nello stesso periodo la tv era sotto il controllo del governo principale e si prediligeva un approccio che tutelasse i valori di tutti, il tentativo era quello di istituire una televisione pubblica che fosse un punto di riferimento per la popolazione.

Ne è un esempio il programma di Alberto Manzi "Non è mai troppo tardi" che insegnò la lingua italiana in una terra dove regnava l'analfabetismo e dove non c'era una forte coesione culturale e nazionale. La bella televisione aveva un'accezione pedagogica, in America invece le prime file delle convention erano occupate dalle telecamere: il vero pubblico non era mia quello presente, ma quello a casa.

Negli anni ottanta la logica televisiva cambiò con l'arrivo della televisione commerciale:

Anche in Italia la comunicazione politica passa attraverso spot televisivi, dibattiti nei talk show, che inaugurano un periodo, che potremmo dire ancora in corso, in cui contano molto di più i numeri dell'auditel rispetto ai contenuti dei candidati.

In questo senso i dibattiti e i comizi diventano degli show, dove i partecipanti si scannano, si insultano, promettono e si indignano.

Con l'arrivo del web le cose cambiano.

Si costruiscono delle vere e proprie comunità online nelle quali si ha un contatto diretto con il candidato, il quale può costruire l'agenda della sua campagna elettorale direttamente con i consigli e suggerimenti dei suoi promotori ma anche dei suoi detrattori, invitandoli al dialogo e distruggendone le critiche.

Un' esempio importante da questo punto di vista fu la campagna elettorale di Barack Obama alle presidenziali degli Stati Uniti.

Per sostenere la sua candidatura, l'ormai ex-presidente plurieletto, si è rivolse a Chris Hughes, co-fondatore di Facebook, per creare MyBarackObama.com, sito online dove sostenitori, si incontrarono virtualmente (e poi anche nel mondo reale), creando iniziative, auto-organizzandosi.

Principalmente l'adesione fu di tipo volontario, all'interno di questa schiera si potevano trovare dai Millennials agli ex sessantottini e ognuno di loro poté collaborare economicamente con la cifra che riteneva più opportuna.

Il risultato fu incredibile, vennero raccolti circa 700 milioni di dollari per la sua campagna, vennero organizzati 200.000 eventi sulla sua rete e circa 1 miliardo di minuti di video realizzati dai suoi sostenitori. L'utilizzo del web gli permise di creare contatto diretto con gli elettori ma allo stesso tempo lo allontanarono dalle logiche degli accordi elettorali con le lobbies e quindi fu più svincolato nell'agire non avendo obblighi da rispettare.

-L'era dei Social Network

L'arrivo dei Social Network ha trasformato il modo di comunicare la politica.

I Social hanno una serie di logiche come ad esempio 140 caratteri diventati ormai 280 su Twitter, come limite per snellire gli stati degli utenti in modo da evitare contenuti prolissi.

Una comunicazione di questo tipo deve per forza ragionare attraverso l'uso di metafore e immagini che rendano più veloce il processo di apprendimento di una notizia da parte degli user.

Ne consegue una comunicazione politica sempre più breve, che necessita di slogan e motti come ad esempio "#tuttiacasa" o ancora "#ruspe", adottati dal nostro attuale ministro degli interni Matteo Salvini, che si spogliano di contenuti ma sono altrettanto efficaci, come abbiamo potuto vedere dai risultati delle ultime elezioni europee.

È su Facebook che in Italia il fenomeno ha raggiunto dimensioni davvero preoccupanti: esistono pagine o gruppi che condividono notizie false o dal contenuto vizioso definite "fake news", provenienti da blog esterni, spesso con nomi simili a giornali veri, o dal titolo evocativo "Resistere", "Tutto quello che non ti dicono", spesso creati su indicazioni dei partiti politici stessi, che hanno lo scopo di creare notizie false per suscitare varie emozioni, per lo più di carattere negativo, quali sconforto, sfiducia, odio, rabbia agli utenti.

Ne abbiamo visto gli effetti su candidati o personaggi politici quali Monti, Renzi, Kyenge o personaggi della televisione quali Fabio Fazio e Luciana Littizzetto, attraverso innumerevoli post in cui questi venivano accusati di rubare soldi alla collettività, di eccessivo "buonismo" fino ad una vera e propria costruzione di surreali e strambe realtà.

Al di là di ciò che la cronaca vera ci racconta sui candidati, queste persone hanno perso statisticamente credibilità e non godono di stima da parte del quarto potere, l'opinione pubblica.

Questo fenomeno è in parte legato all'analfabetismo funzionale di ritorno, ossia l'incapacità di astrarre concetti dopo aver effettuato una lettura, nel nostro paese.

Instagram in Italia viene utilizzato da parte di figure politiche come ad esempio Di Battista o ancora Salvini, allo scopo di creare affinità con l'elettore.

Una foto di un piatto di pasta suggerisce "io mangio quello che mangi tu" di conseguenza è facile che si crei nell'utente una connessione mentale di tipo "mangia quello che mangio io, è come me, dunque lo voto perché mi capisce".

Nel 2018 il segretario della Lega è diventato il politico italiano più seguito su Instagram.

Dal 2017 Donald Trump è il 45° presidente degli Stati Uniti, e ha dimostrato di conoscere la forza dei social ancora a inizio campagna.

Lo staff dell'attuale presidente ha investito in pubblicità televisiva l'1% speso da Jeb Bush, dati Nbc News, mentre il secondo spendeva 28,9 milioni di dollari in spot televisivi.

I spot di Trump erano più targettizzati, più frequenti e più autentici.

Ogni insulto, invettiva lanciata da Trump è stata ripresa dalle varie testate giornalistiche che ne aumentavano la portata, messaggi politicamente scorretti che non sarebbero mai finiti davanti gli occhi di tutti, finendo con il colpire i frustrati dalle politiche Obama.

Marco Montemagno sostiene in modo provocatorio:

“La radio ha fatto vincere Franklin Delano Roosevelt. Televisioni e giornali di carta hanno fatto vincere Silvio Berlusconi.

Facebook ed e-mail marketing hanno fatto vincere Barack Obama. E senza i social network Trump non sarebbe mai diventato Presidente degli Stati Uniti”.

-Conclusioni

Apocalittici e integrati si ritrovano ancora oggi a giudicare gli effetti della comunicazione politica mediata dall'utilizzo del digitale.

Credo che non siamo ancora in grado di dire se il web e in particolare i social abbiano rappresentato un luogo democratico di partecipazione e confronto come si pensava fino ad almeno dieci anni fa.

È vero che in alcuni casi come le emblematiche campagne presidenziali di Obama, i social abbiano aiutato in modo positivo l'elettore a creare un “touch point” con il candidato, abbiamo però molti esempi in cui vige il concetto dell’“omofilia”: creazione di comunità in cui si sta con i propri simili e si è restii al contatto con opinioni diverse.

I social sotto pressioni da parte della comunità, si stanno muovendo per eliminare i “bug” di disinformazione e cercare di essere utili alla costruzione del pensiero del cittadino.

Come al solito si ritorna a dire che la colpa non è certo dello strumento ma dalla modalità di utilizzo.

– Bibliografia e Sitografia

Johnny Ryan, “Storia di internet e il futuro digitale”, Einaudi, 2011

Luciano Clerico, “Barack Obama. Come e perché l’America ha scelto un nero alla Casa Bianca”, Dedalo, 2008

<https://www.lascimmiapensa.com/2018/04/15/quarto-potere-miglior-film-americano/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Comunicazione_politica

<https://www.ninjamarketing.it/2011/02/23/la-campagna-elettorale-di-obama-emblema-della-politica-2-0-case-study/>

https://www.wired.it/attualita/politica/2018/02/15/matteo-salvini-strategia-social-network/?refresh_ce=

<https://www.ninjamarketing.it/2019/01/30/matteo-salvini-strategia-social/>

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2016/11/12/trump-e-social-network-donald-ha-vinto-perche-il-cellulare-e-la-nuovatelevisione/3183801/>

– Chi sono

Mi chiamo Lorenzo Marcato e sono uno studente di laurea magistrale in Web marketing & Digital Communication all’università Iusve di Venezia.

Il primo contatto con il mondo del web marketing avvenne 6 anni fa, quando decisi di provare a gestire la promozione della mia band del tempo attraverso i vari canali social.

Quell’incontro casuale con il mondo del digital ha condizionato la scelta del mio percorso di studi e, un passo alla volta, ho cominciato a collaborare con piccole realtà aziendali occupandomi della gestione dei canali social.

Durante il mio percorso di studi mi sono appassionato al sound design, naturale collegamento tra la mia più grande passione, la musica, e il mondo del marketing.

I social network e il sovraccarico di informazioni

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/i-social-network-e-il-sovraccarico-di-informazioni/>

Oggi più che mai viviamo in un contesto in cui, grazie agli smartphone, abbiamo a portata di mano l'accesso a qualsiasi tipo di informazione. Se da un lato è diminuito il divario digitale (la discrepanza tra chi può avere accesso alle informazioni e chi no), dall'altro si è accentuato il fenomeno del sovraccarico di informazioni.

Alvin Toffler, saggista statunitense, fu uno dei primi a parlare del fenomeno di sovraccarico delle informazioni, che egli stesso definì nel suo libro *Lo choc del futuro*, riferendosi alla condizione di una persona che si ritrova ad avere troppe informazioni a proposito di un determinato elemento e di conseguenza si ritrova in difficoltà nel prendere una decisione.

Esiste, quindi, un limite naturale alla nostra capacità e celerità di elaborazione delle informazioni.

Il sovraccarico cognitivo pregiudica la nostra capacità di recepire, selezionare e comprendere gli stimoli che veicolano informazioni importanti per noi. Appare ovvio che tutto ciò ha delle conseguenze e, il più delle volte, risulta negativo: quando gli input di un sistema superano la capacità del sistema stesso di elaborarli, questo va in tilt e la stessa cosa succede con le informazioni.

Tornando però alla definizione di tale concetto, nonostante questo sia stato elaborato nel 1970, oggi si associa alle moderne comunicazioni. Infatti, viene di solito utilizzato in connessione alle varie forme di comunicazione online.

“È vero, però, che le recenti evoluzioni nei campi della comunicazione e soprattutto nell'accesso all'informazione, hanno permesso a questo tipo di sovraccarico di diffondersi largamente. C'è quindi bisogno di educare questo fenomeno così come siamo riusciti ad educarci nell'utilizzo del fuoco”

<https://www.lifetrepuntozero.it/sovraccarico-cognitivo-digitale-2/>

Con l'esponenziale sviluppo della tecnologia e dei media siamo sempre più esposti ad una grande quantità di informazioni e ciò risulta essere innegabile. Le informazioni sono ovunque perché create, condivise e disponibili in ogni spazio di interazione virtuale e in ogni momento grazie all'ampia disponibilità di device tecnologici.

Oggi è possibile parlare di paradosso dell'obesità informativa per cui un lavoratore della conoscenza dispone di così tante informazioni che la maggior parte di esse risulta superflua e addirittura si corre il rischio che sia quantomeno difficile da gestire. È altresì rilevante sottolineare che per chi lavora nel mondo della comunicazione l'aver accesso alle informazioni è di vitale importanza, ma è doveroso soffermarsi anche sul fatto che alla stregua della sovra-alimentazione, tipica dei paesi sviluppati, ci si ritrova costantemente bombardati da stimoli e dati provenienti dalle fonti più disparate.

Alcuni studi hanno cercato di determinare l'impatto che i social possono causare col crescere delle sollecitazioni e delle informazioni che si ricevono: pensate che in un solo giorno sono pubblicati oltre 322 milioni di tweet, oltre 3700 tweet al secondo! È come se in un giorno fossero pubblicate oltre 100 mila copie de *La divina commedia*.

Tale sovraccarico provoca un fenomeno conosciuto da chi si occupa di social media, come il Social media fatigue, ovvero l'affaticamento da social media. A riprova di ciò, uno studio condotto dal PEW Research Center ha dimostrato che il 61% degli utenti di Facebook ha

dichiarato di essersi preso una pausa di alcune settimane dal social, mentre alcuni hanno deciso di abbandonare la piattaforma digitale per sempre.

“Le ragioni dichiarate dagli stessi utenti erano molteplici e, se quella maggiore (21%) non è direttamente riconducibile all'affaticamento (mancanza di tempo, dicono), se si aggregano quelle che invece lo sono, si raggiunge una percentuale significativa: il 34% non trova contenuti rilevanti, o denunciano troppa conflittività e negatività o che, semplicemente, perdono troppo tempo. Gli utenti, stressati, non sempre prendono decisioni limpide e almeno un 20% di essi dichiara di pentirsi almeno una volta al mese di aver pubblicato, condiviso o commentato qualcosa online”

<https://www.ninjamarketing.it/2016/01/25/sovraccarico-informazioni-social-fatica/>

Questo sta a significare che ognuno di noi ha una propria e specifica tolleranza allo stress, tuttavia, quello derivante dal sovraccarico da social media è un fenomeno per molti versi ancora poco conosciuto, ma comunque da non sottovalutare, tanto quanto il fenomeno più generale dell'information overload.

Ciò porta a una considerazione importante: è indispensabile guardare a questo “nuovo” fenomeno con attenzione e accortezza, anche perché spesso questa moltitudine di informazioni viene percepita come un “rumore” in termini cognitivi e, se viene a mancare l'autocontrollo e la consapevolezza, possono generarsi effetti negativi come malumore, ansia, frustrazione e confusione.

È molto importante evidenziare che il sovraccarico cognitivo si può ricondurre a due fenomeni, ovvero l'information Fatigue Syndrome (IFS) e l'information Anxiety. Entrambe le sindromi sono derivanti dallo stress di dover confrontare una quantità eccessiva d'informazione. Lo scrittore americano Wurman definisce l'ansia da informazione come “il prodotto del sempre più ampio divario tra ciò che capiamo e quello che pensiamo di capire. È il buco nero tra i dati e la conoscenza”. Non sorprende, quindi, che il sovraccarico di informazioni possa causare una vera e propria patologia, sfociando in una forma di dipendenza da Internet e proprio per questo è necessario ricorrere ad alcune soluzioni per tamponare il problema.

“Saper gestire il sovraccarico di informazioni è importante per la propria crescita personale in quanto uno dei principi fondamentali per avere successo è quello di discernere le informazioni che sono utili al raggiungimento dei propri obiettivi da quelle che non assolvono a tale compito”

<https://arricchisciti.com/2016/03/sovraccarico-di-informazioni/>

Ciò porta a riflettere su alcune strategie pratiche per gestire al meglio il sovraccarico di informazioni derivante da internet come, per esempio, scollegarsi dai social network o disattivare le notifiche durante i momenti della giornata in cui si è impegnati in altre attività. Infatti, sarebbe buona norma dedicare soltanto un “momento” al giorno ai social, per evitare di rimanere costantemente collegati per leggerne i contenuti.

Togli le notifiche audio dal tuo smartphone, elimina i widget che ti dicono che qualcuno ha commentato un tuo post in un social network, chiudi applicazioni come Twitter e Facebook. Se i social network sono importanti nella nostra vita, dedica loro un momento specifico (la “pausa Twitter” come la pausa caffè), ma durante il resto del tempo non farti disturbare.

Vedrai che la vita va avanti lo stesso, anzi, sarai stupito di come ti sentirai meglio.

Tra le altre soluzioni è utile snellire le proprie fonti informative, leggendo soltanto pochi ma autorevoli siti web per non tenere aperte contemporaneamente più di 10 schede nel browser, o ancora il non focalizzarsi sul negativo e su ciò che rappresenta soltanto una perdita di tempo. In altre parole, un'altra strategia per evitare il sovraccarico di informazioni è quella di

evitare di farsi coinvolgere troppo da notizie negative o improduttive. Ascoltare telegiornali in continuazione ti riempie di notizie drammatiche che non apportano alcun beneficio alla tua crescita personale. È importante restare informati, ma non c'è bisogno di leggere tutti i giorni notizie di cronaca.

Infine, può risultare utile anche usare una To Do List per definire le priorità, in modo da programmare ogni giorno le attività e gli spostamenti, evitando così di perdere il tempo inutilmente, magari navigando in Internet.

Concludendo, è possibile gestire questo fenomeno prestando attenzione alle piccole cose, al tempo che dedichiamo ai social, alle numerose informazioni che durante il giorno ci ritroviamo a googlare. Il tempo è denaro, si sa. Per evitare che il sovraccarico di informazioni ci complichino la vita, è molto importante riflettere e cercare di ragionare in termini di Return on Investment. Bisogna imparare a immaginare il tempo che trascorriamo a leggere i contenuti del web, delle email e dei social network come un investimento che facciamo su noi stessi, chiedendoci: quale ritorno?

Di Riccardo Berloco

Giovani, ansia e social media: guida per l'uso. Conseguenze dell'utilizzo dei social media negli adolescenti

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/giovani-ansia-e-social-media-guida-per-luso-conseguenze-dellutilizzo-dei-social-media-negli-adolescenti/>

“Come ti chiami su Instagram?": questa la domanda più gettonata mentre lavoravo come animatrice presso un campo estivo la scorsa estate. La cosa che più mi ha colpito è stato il fatto che a pormi questa domanda non erano i miei coetanei ventenni bensì bambini di quarta o quinta elementare. A tal proposito mi sono chiesta cosa possa comportare l'utilizzo dei social media da parte di adolescenti e pre adolescenti. Questa curiosità è nata anche dal fatto che io stessa sono un utente dei social media ed ho iniziato ad utilizzare tali canali all'inizio della mia adolescenza.

Una ricerca condotta da YouGov ha riportato il fatto che il 18% dei ragazzi compresi tra i 16 e i 25 anni concorda con la seguente affermazione: “la vita non sia degna di essere vissuta”. Questo dato è abbastanza allarmante: nel 2009 solamente il 9% condivideva tale pensiero. La ricerca condotta è stata effettuata somministrando un questionario online a 2162 giovani inglesi compresi tra i 16 e il 25 anni tra il 13 Novembre e il 2 Dicembre 2018. Questa situazione di insoddisfazione nei confronti della propria vita sembra essere causata in parte dall'utilizzo dei social media. Infatti è risultato che il 46% dei giovani sostenga di sentirsi inadeguato ogni volta che si trova a vedere come conducono la loro vita gli altri basandosi su ciò che condividono nei social media. Questo porta i giovani ad un continuo confronto, che non risulta pertanto positivo.

Inoltre il 57% sostiene che i social media creino una pressione costante relativamente al fatto di avere successo nella propria vita. Risultano in aumento anche i casi di suicidi giovanili. Quindi, secondo Nick Stace, il direttore generale inglese di The Prince Trust (un ente di beneficenza che si occupa di aiutare e sostenere i giovani tra gli 11 e i 30 anni per la loro formazione e il lavoro), la presenza costante dei social media sta rendendo più difficile una fase della vita, quello dell'adolescenza, che già di per sé risulta un periodo di incertezza ed emozionalmente instabile.

Leah Shafer in un articolo per “Usable Knowledge”, piattaforma online di informazione professionale coordinata dalla Harvard Graduate School of Education, evidenzia come molti esperti hanno identificato un aumento di solitudine, preoccupazione e insonnia tra i giovani, iniziato con l'uscita del primo iPhone dieci anni fa. Shafer riporta la visione di Lindsey Giller, una psicologa clinica del Child Mind Institute specializzata nei disturbi dell'umore dei giovani, che evidenzia come l'ansia, l'insicurezza, la tristezza e la scarsa autostima siano causati almeno in parte dall'utilizzo costante dei social media. Ciò è dovuto dal fatto che tali tecnologie permettono un continuo confronto con gli altri pari e risulta difficile per i giovani interrompere il loro utilizzo. È importante tenere presente però come non tutti i giovani utilizzino i social media allo stesso modo e che in alcuni casi usufruire di tali piattaforme non sia del tutto negativo. Condividere momenti con persone distanti e poter condividere il proprio pensiero può risultare molto gratificante ad esempio. Emily Weinstein, una ricercatrice che sta realizzando un dottorato presso l'Harvard Graduate School of Education, condivide questa visione leggermente più rosea riguardante le conseguenze dell'utilizzo dei social media sui giovani. Weinstein sottolinea come in realtà il desiderio di essere parte di un gruppo, la difficoltà di creare delle relazioni con i pari, capire la propria identità e come

rappresentarle, non siano delle complicità o tematiche esclusivamente associabili all'avvento dei social media, bensì si tratta di questioni sociali relative all'adolescenza identificate da anni. Secondo Weinstein si trattano di dinamiche comuni associabili alle conseguenze di un periodo di sviluppo.

Quindi i social media non sono la causa di tutti i mali adolescenziali, ma a questo punto comunque influiscono in qualche modo a livello emotivo sui giovani utenti. Secondo Amanda Lenhart, esperta di giovani e tecnologia, ci sono dei fattori di stress che provengono dall'utilizzo dei social media, come il fatto di vedere persone partecipare ad un evento a cui non siamo stati invitati, sentire la pressione di postare contenuti attraenti e positivi riguardanti sé stessi, avere la preoccupazione di non ricevere like e commenti ai propri contenuti e il fatto di trovare contenuti che ci riguardano online e non poterli controllare (ad esempio qualcuno che posta video dove siamo presenti che non vorremmo fossero resi pubblici).

La ricercatrice Weinstein ha identificato ulteriori elementi di stress che caratterizzano i social media:

- Il fatto di sentirsi rimpiazzabili, in quanto se uno non interagisce in modo sufficientemente rapido o con entusiasmo ai contenuti di un proprio/a amico/a, questo/a potrebbe trovare un amico "migliore" di noi.
- Essere continuamente in comunicazione: le persone potrebbero offendersi se non siamo in grado di rispondere in maniera sufficientemente rapida ai loro messaggi.
- Il cosiddetto digital FOMO (fear of missing out), ossia il fatto che se non si è costantemente connessi è possibile che ci si perda qualche notizia e quindi si possa provare un sentimento di esclusione in quanto non si capiscono le conversazioni che avvengono tra gli amici.
- Attaccamento ai dispositivi tecnologici e sensazione di smarrimento e ansia quando non si hanno a portata di mano.

In riferimento agli elementi che causano stress relativi ai social media, è opportuno segnalare come negli ultimi anni sia stata identificata una nuova forma di dipendenza, ossia quella relativa ai social media. Questa dipendenza porta l'individuo a controllare costantemente i propri profili social e ad avere difficoltà a distaccarsi da essi per qualche ora. Questa forma di dipendenza è stata identificata come disturbo d'ansia da social media (FOMO) e viene identificato come una condizione di salute mentale associabile al disturbo d'ansia sociale (SAD). Il disturbo d'ansia sociale, o anche identificato come fobia sociale, è la paura di trovarsi in una situazione sociale che porta ad avere una reazione emotiva sproporzionata all'esperienza che si sta vivendo. La cosiddetta ansia sociale è una sensazione di paura in riferimento alle esperienze sociali che viene considerato un elemento comune durante l'adolescenza. Se tale sentimento si protrae nel tempo allora per l'appunto si parla di SAD. Secondo il centro di terapia giovanile per la salute mentale Ignite Treatment Centers, la dipendenza da social media e il disturbo d'ansia sociale sono collegati e studi recenti evidenziano come la dipendenza da social media può causare disturbi d'ansia sociale. La dipendenza è causata dal fatto che il ricevimento di feedback positivi sui social, ossia "mi piace" o aumento di follower, stimola in cervello nella generazione di dopamina. Secondo il centro Ignite quindi l'ansia sociale collegata alla dipendenza da social media ha delle serie conseguenze negli adolescenti, come quelle già elencate in precedenza identificabili con insonnia, problemi di peso e una perdita dell'interesse in relazione al lavoro o alla scuola.

Secondo Rachel Ehmke, il caporedattore di Child Mind Institute, l'utilizzo dei social media come unico strumento di comunicazione da parte dei ragazzi può portare a delle gravi conseguenze nelle loro modalità di rapportarsi da adulti. Se i ragazzi infatti non si abituano a comunicare vis-à-vis tra loro, in futuro risulteranno eccessivamente ansiosi quando si troveranno a dover parlare con altre persone.

Katie Hurley, psicoterapista specializzata per adolescenti e bambini, sostiene come siano presenti anche degli aspetti positivi relativi ai social media. Infatti secondo la dottoressa, il fatto che i giovani possano comunicare tramite i social media non risulta un fattore così negativo in quanto può permettere di sviluppare le relazioni e permettere di socializzare anche ai teenager che soffrono di ansia sociale. Inoltre i teenager che si ritrovano in gruppi marginalizzati, come i ragazzi LGBT, possono trovare supporto e amicizie attraverso l'uso dei social media, che può permettere di conoscere persone distanti che stanno passando un medesimo periodo di difficoltà o che sono riusciti a superare. Questi strumenti pertanto possono fare la differenza per alcuni ragazzi, tra il vivere isolati e il fatto di trovare supporto. Sulla base delle ricerche riportate sembrerebbe non esserci soluzione alla situazione attuale. Secondo lo studio realizzato da Leah Shafer invece, risulta fondamentale il supporto dei genitori. L'errore principale di alcuni genitori è il fatto di cercare di allontanare completamente i propri figli dall'utilizzo degli smartphone e dei social media con l'obiettivo di educarli ad un utilizzo consapevole. Così facendo ottengono l'effetto contrario. Risulterebbe invece opportuno cercare di capire cosa stanno utilizzando i propri figli e in che modo. In seguito bisognerebbe poi riuscire ad inserirsi all'interno delle loro attività con i social media per cercare di educarli al loro utilizzo. Un esempio che viene posto è quello di guardare qualche video su YouTube insieme o cercare di capire come funziona il gioco che tanto li appassiona. L'obiettivo deve essere quindi quello di guidarli verso un utilizzo limitato e consapevole dei social media e dei dispositivi, in modo da sviluppare nei ragazzi una modalità d'uso corretta di tali strumenti.

Riepilogando quindi, i social media sono in continua evoluzione, pertanto gli studi relativi alle conseguenze del loro utilizzo da parte dei giovani sono sempre in corso. Sulla base delle ricerche effettuate e dei dati raccolti, le conseguenze principali sui giovani relativamente all'utilizzo dei social media risultano essere ansia, tristezza e abbassamento dell'autostima a causa del continuo confronto. Come evidenziato nell'ultima sezione, tale situazione può essere controllata e gestita attraverso una corretta educazione all'utilizzo di tali strumenti, grazie alla presenza di una persona adulta di riferimento.

Il mito di Narciso ai tempi dei social network

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/il-mito-di-narciso-ai-tempi-dei-social-network/>

Sommario

o Innamorarsi della propria immagine nel web

• Ma chi era il Narciso al tempo dei greci?

o Il giovane dai mille apprezzamenti

• Ma chi è Narciso al giorno d'oggi?

o La costante ricerca di apprezzamenti

• I social network e la solitudine

o La domanda sorge spontanea: sono i social network a creare solitudine?

• Ma chi siamo noi oggi?

o Indagine tra le immagini corporee o digitali

• L'autore

Innamorarsi della propria immagine nel web

Dalla mitologia greca sono giunti fino a noi moltissimi miti, tra i più noti vi è sicuramente la storia di Narciso. Molte sono le versioni riportate della storia del giovane, la cui rovina fu la sua stessa bellezza, tanto travolgente quanto distruggente.

Il mito arriva ai nostri giorni grazie anche all'uso dei termini che derivano dal nome del protagonista quali narcisismo e narcisista. Infatti, il loro significato è direttamente collegato alla storia del giovane. Con narcisismo si intende la tendenza e l'atteggiamento psicologico di chi fa di se stesso, quindi della propria persona, delle proprie qualità fisiche e intellettuali, il centro esclusivo e preminente del proprio interesse e l'oggetto di una compiaciuta ammirazione, mentre resta più o meno indifferente agli altri, di cui ignora o disprezza il valore e le opere. Con il termine narcisista si definisce, invece, una persona vanitosa.

Ma chi era il Narciso al tempo dei greci?

Il giovane dai mille apprezzamenti



Un dettaglio del Narciso di Caravaggio (1597-1599, Galleria Nazionale d'Arte Antica – Palazzo Barberini, Roma)

Secondo la versione più famosa, Narciso nacque dall'unione del dio fluviale Cefiso e della ninfa Liriope. Il giovane era talmente affascinante, tanto pieno di pretendenti quanto di vanità, capace di respingere tutti i corteggiatori. I contendenti condivisero tutti la stessa conclusione: tutti si arresero, a eccezione di Aminia, tanto che Narciso gli donò una spada per uccidersi.

Costui obbedì al suo volere, trafiggendosi davanti casa sua, invocando prima gli dei per una giusta vendetta.

Questa si compì quando Narciso, contemplando la sua bellezza in una pozza d'acqua, si innamorò perduto del suo riflesso. E fu così che, sopraffatto dal pentimento, prese la spada (la stessa donata ad Aminia) e si uccise. Ed è proprio dalla terra bagnata dal suo sangue che nacquero dei fiori bellissimi, dei fiori bianchi e gialli, oggi conosciuti come narcisi.

Infatti, il nome greco 'ναρκάω' (che significa 'intorpidisco'), fa riferimento all'odore inebriante degli stessi, come quello stesso stupore con cui Narciso vide la sua immagine per la prima volta.

Ma chi è Narciso al giorno d'oggi?

La costante ricerca di apprezzamenti



Odierno bisogno di controllo della propria immagine

Per definire Narciso nel nostro presente, dobbiamo innanzitutto capire come intendiamo la nostra attuale società. Oggi noi viviamo nella società dell'immagine, che, in più modi, ci costringe ad apparire in maniera costante, a livello superficiale piuttosto che essere a livello interpersonale. Questo apparire è aumentato con l'exploit del mondo digitale: i nativi digitali crescono più narcisi rispetto al passato.

La popolazione tende, in generale, sempre più ad avere atteggiamenti fortemente esibizionistici: la nostra bacheca, da spazio personale, diventa un luogo aperto a tutti, che permette di raccontare chi siamo, ma sempre con superficialità. Conta solo ciò che vuoi (o che sei costretto) a mostrare. Narciso, al giorno d'oggi, sarebbe l'uomo totalmente concentrato sulla propria immagine, nel proprio ego social. Potrebbe essere un esteta, un esperto di photoshop, un influencer, uno youtuber o chiunque pronto ad aggiornare il proprio feed e i propri contenuti.

Il selfie (parola inglese che sostituisce il termine 'autoscatto') è la vera ossessione della nostra epoca: questo è il verso simbolo dell'egocentrismo, nient'altro che il simbolo dell'io narcisista, o, forse, nell'accezione più negativa, della solitudine che ciascuno di noi riscuote nella società di massa, quell'incapacità dell'io isolato di mettersi davvero in relazione con gli altri. Il selfie assolve lo scopo di apparire, di comunicare agli altri, anche se attraverso due accezioni che entrano in contrasto tra loro: io sono il e al centro del mio (solitario) mondo.

La dimensione social, l'altra realtà, diventa la sala d'attesa della felicità, della bellezza perenne, dal fascino che non ha tempo, senza scadenza. La condizione da atto privato e riservato, diventa gesto pubblico e di approvazione quanto di apprezzamento. Siamo tutti connessi, tutti on-line, quindi tutti disponibili. La polvere erosiva del tempo passa indenne nel web: siamo sempre tutti belli, seducenti, performanti, attivi, pieni di vita. Le rughe non ci sono, la solitudine non esiste, la noia è cosa d'altro mondo.

Quindi, tra like e condivisioni, i social network sembrano essere gli unici a nutrire l'autostima personale, sembrano rinforzare il narcisismo di chi li utilizza con modalità convulse e compensatorie. Chiunque nella rete può trovare consolazione, approvazione tramite

apprezzamenti nei propri caricamenti multimediali.

Che le motivazioni siano il lavoro, lo svago, la ricerca di consenso, il superamento della paura di invecchiare o l'abbattere la solitudine, chiunque utilizza i social network non è più in grado di dividere la propria immagine corporea da quella digitale:

quest'ultima deve essere continuamente sostenuta e mantenuta, legando così la persona al mondo della rete per sempre.

Nonostante questa correlazione, si è constatato che è proprio negli ultimi anni le persone si sentono sempre più sole, eppure i social network nascono come strumenti di socializzazione. Da qui il paradosso dei social network: gli strumenti di socializzazione che creano solitudine.

I social network e la solitudine

La domanda sorge spontanea: sono i social network a creare solitudine?



Non c'è una reale catena causa-effetto per poter definire propriamente i social come le cause di questa solitudine. Anche se degli studi psicologici hanno dimostrato la correlazione tra disturbo narcisista e il comportamento nei social network.

Oggi le bacheche di Facebook sono lo strumento ideale per declamare le proprie qualità estetiche. Il profilo Twitter è un elenco di tutti i pensieri che navigano nella testa dell'utente. L'account Instagram è la sua nemesis, una vera e propria composizione egocentrica e digitale di milioni di foto scattate in ogni momento del giorno. Si compie oggi una simbiosi tra il social e la persona in sé.

Narciso, come nel mito, è intorpidito dalla sua unica qualità, dalla sua bellezza, e non è più in grado di distinguere quello che è reale da ciò che non lo è. Si specchia in smartphone, display piatti, per ore e ore, giornate e giornate, senza percepire il confine tra reale e virtuale. Infatti, negli ultimi anni, sono aumentate le ore al giorno spese nei social: nel 2016 si contavano due ore e mezza al giorno di utilizzo di social network (secondo Hootsuite "I trend dei social media nel 2018 - Report annuale Hootsuite sui trend dei social media a livello globale"). Ora, nel 2019, le ore sono aumentate a sei al giorno.

Ma, Narciso non è solo: ha una compagnia virtuale di altri due miliardi di persone, compagni che come lui amano la propria immagine e sono calamitate dal loro stesso volto riflesso all'interno della rete.

Narciso ha anche una comunità di follower, dalla cui dispensa e raccoglie consigli. È la star del web, è il tester del nuovo prodotto, è colui che tutti conoscono e apprezzano: crea contenuti inediti, proiezioni digitali di se stesso, che all'apparenza potrebbero sembrare per i propri seguaci, ma sono il modo per ricevere apprezzamenti e lodi, di nuovo per ammirarsi e lodarsi. La rete è l'habitat naturale di Narciso, un posto personalissimo, attivo e condiviso in tempo reale grazie agli hashtag di tendenza: espressione del proprio sé digitale, una personalità perfetta e resistente al tempo come nel mito.

Il torpore, dal greco "Narcosis", è quella condizione che provano tutti coloro che vivono nella rete, nel tentativo di creare crescente consenso sociale, provando a costruirsi un'immagine ineguagliabile, diversa, indifferente al tempo e al mondo reale, distante da ogni imperfezione.

Il mito di Narciso pone le basi per fare un'altra riflessione, quella sul rapporto con gli altri, in particolare sulla relazione di coppia, che si strugge nel suo essere incapace di concentrarsi su un noi, perché il richiamo alla propria bellezza non si esaurisce mai, e, essendo concentrati solo su se stessi, si rimane privi della capacità empatica di entrare in relazione con l'altro.

Ma chi siamo noi oggi?

Indagine tra le immagini corporee o digitali



Vivere relazionandoci tra like e condivisioni

La mancanza di amore è la mancanza stessa di comunicazione. L'attualità di questo mito sta nel rappresentare nel modo già realistico la società attuale, una società esibizionistica: come Narciso si specchiava nell'acqua, l'uomo contemporaneo si specchia nello schermo dei suoi device. Narciso, vuoto ed egocentrico, è metafora della nostra epoca: la conoscenza di se stessi conduce alla morte perché sottende alla conoscenza del nulla che caratterizza essa stessa.

Noi siamo quello ciò che pubblichiamo in rete: il mondo reale oggi è diventato solo una conseguenza. Oggi la copia digitale si sovrappone all'originale, se possiamo ancora parlare di originalità, in un mondo dove tutto può essere copiato con una semplice digitazione da tastiera.

Nell'inversione di ruoli e di spazi, risulta sempre credibile l'immagine social: l'immagine di Narciso è quella di un mito che è storia quanto attualità. Noi siamo i nuovi Narciso 2.0, completamente persi nel nostro stesso riflesso social.

L'autore

Mi chiamo Giulia Scattolon, sono una studentessa di 22 anni del corso di laurea magistrale in Web Marketing and Digital Communication allo IUSVE di Mestre. Immersa nel mondo grafico dagli anni delle superiori, sono affascinata dal digital, dalla tecnologia e dagli sport estremi.

L'influenza dei Social Network sulla nostra attività fisica

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/linfluenza-dei-social-network-sulla-nostra-attivita-fisica/>

È sempre più “alla moda” condividere sulla propria pagina social, post di noi stessi mentre svolgiamo attività fisica. Ma perché lo facciamo? E soprattutto, che influenza abbiamo sugli altri? Una breve riflessione su un fenomeno sempre più influente, che non sempre è visto positivamente.

Nell'era digitale in cui stiamo vivendo, tutto è diventato condivisibile, o meglio, postabile. Instagram è diventato il mezzo principale tramite cui postare contenuti anche in tempo reale, a seguire, Facebook. Abbiamo quindi superato l'era delle semplici foto con i filtri; siamo arrivati infatti, a riprendere il presente, quello che ci sta succedendo in quel preciso momento tramite le storie. E queste storie, riescono a influenzare il nostro stile di vita, i nostri comportamenti quotidiani, più di quanto crediamo.

E' sempre più diffuso il riprendersi mentre si svolge dell'attività fisica. In palestra, all'aria aperta, in casa, ovunque ci si trovi, viene sentito questo bisogno di condividere con i propri follower, gli esercizi che stiamo svolgendo. Ma perché? A cosa effettivamente vogliamo arrivare condividendo con il mondo la nostra giornata di sport? E soprattutto, possono indirizzarci a svolgere uno stile di vita più sano invece che rimanere sul divano a guardare la tv?

Le motivazioni di chi posta una foto o una storia di sé in palestra, o in generale mentre svolge dell'attività fisica possono essere svariate. C'è chi lo fa per il piacere di condividere un momento della propria giornata, chi per essere incoraggiato a proseguire la sua routine di allenamento, chi per esibizionismo. Allo stesso tempo, chi osserva, la maggior parte delle volte viene influenzato. Lo ha rivelato uno studio dell'Università Statale del Texas e dell'Università dell'Arizona; si viene influenzati però, non tanto dai feed di famosi influencer, ma da quelli dei nostri amici.

L'influenza che ne risulta non è per forza positiva, in quanto post riguardanti l'attività ginnica fanno prevalere un senso di inadeguatezza derivante dal confronto tra il corpo atletico di chi ha postato la foto o la storia e il fisico, magari un po' appesantito, di chi la osserva.

Ma quindi, il fitness sui social, motiva o demoralizza?

In generale, gli studi statunitensi dimostrano che per coloro che tendono a paragonarsi a persone che considerano superiori, e come dei modelli di vita, i post che rimandano alla cura del corpo, in particolare attraverso l'attività fisica, funzionano come motivazione ed ispirazione, facendo così scattare un comportamento di imitazione. Ma come è stato detto precedentemente, sono le persone più vicine a noi, come i nostri amici, che ci influenzano di più. Proprio su questo, ha puntato Nike, con la sua App Nike+ Run Club, dove gli iscritti al termine del proprio percorso, possono condividere una foto o il percorso stesso sui social, dando un titolo alle corse e taggando anche i propri amici, sfidandoli.

Allo stesso tempo però, questa forma di condivisione, può demoralizzare le persone che tendono a confrontarsi e a sentirsi inferiori riguardo il fisico e l'attività sportiva, facendo trascurare ancora di più il proprio peso e il proprio corpo. Tutto questo ha delle conseguenze serie sull'autostima, che invece di crescere, cala maggiormente. Ma chi si confronta con delle persone meno “performanti” può assumere un comportamento più competitivo e proattivo per mantenere la propria posizione di superiorità in termini sportivi.

In generale, è stato dimostrato che non tutti hanno lo stesso potere di influenzare. In

particolare, gli uomini tendono a farsi influenzare sia dai post di altri uomini che da altre donne, mentre invece le donne sono maggiormente motivate dai commenti e dai post di altre donne.

Da un punto di vista antropologico le community sportive e il social fitness incarnano il desiderio di affermazione e di automiglioramento da parte degli individui, senso di appartenenza collettiva a una “tribù”, ricerca continua di nuovi stimoli e informazioni. La maggior parte delle persone quindi, che decide di condividere online le proprie performances è spinta non solo da un senso di narcisismo, ma anche da quello di competizione.

Si parla però di sana competizione, anche se allo stesso tempo può essere un’influenza negativa su persone insicure del proprio corpo e alla costante ricerca della perfezione, che come si sa, non esiste.

Il fenomeno quindi della condivisione della propria attività fisica, può essere anche pericoloso. Sempre più frequenti sono casi di disturbi dell’alimentazione, e tante volte con un eccesso di attività fisica per poter assomigliare ai cosiddetti “Influencer di Instagram”. In questo caso, c’è una vera e propria visione distorta della realtà.



Nella società ipermoderna il corpo ha la funzione di strumento di comunicazione per trasmettere la propria identità, manipolandolo per raggiungere determinati obiettivi di comunicazione.

Un gruppo di ricercatori dell'Università della Pennsylvania però, ha riconosciuto nelle reti sociali una positiva modalità di trasmissione dell'informazione, con cui motivare gli utenti ad incrementare i livelli di attività fisica. Il valore aggiunto di questo fenomeno, è anche il fatto che non solo le semplici persone comuni sono influenzate dal condividere le proprie performances sportive, ma anche gli atleti stessi hanno iniziato ad utilizzare il digitale per implementare la propria influenza e creare il proprio personal brand.

Sono sempre più presenti anche dei Personal Trainer Online, che tramite la condivisione dei propri post e delle proprie storie, presentano dei veri e propri programmi di training, promuovendo il messaggio di non arrendersi mai alle proprie difficoltà. In altre parole, può essere definito anche come Influencer Marketing.

I brand sportivi hanno da molto tempo ormai intuito questo metodo di marketing e del contatto mediato dagli influencer con i potenziali pubblici di riferimento, e utilizzano principalmente Instagram e Facebook per promuovere i propri contenuti, cercando di motivare gli utenti.

Tutto quindi diventa una sorta di Vetrina sociale, come definisce Codeluppi, in cui il fenomeno di vetrinizzarsi è definito come "cercare di dare vita a eventi memorabili nell'ambiente sociale, creando spettacoli che colpiscono le persone e le coinvolgono in profondità". La vetrina stessa ha dato origine quindi a un nuovo modello di comunicazione, che ha portato al culto dell'immagine. La comparsa della vetrina ha quindi modificato il rapporto che gli individui instaurano con la loro immagine personale. Nell'Ottocento, Veblen ha definito il "consumo vistoso", ossia il particolare utilizzo dei beni secondo cui l'individuo ostenta ciò che possiede per comunicare la sua posizione sociale, dove la stessa cosa è stata usata e mostrata anche nello sport, in particolare per gli sport, con l'abbigliamento, che è uno strumento a disposizione dell'individuo per valorizzare l'identità personale.

Un altro motivo per cui viene condivisa la propria attività sportiva sulle pagine social, è quindi anche quello di mostrare l'abbigliamento utilizzato, molte volte utilizzando le marche dell'attrezzatura come uno status sociale. Ed è proprio questo quello a cui puntano i Brand sportivi.

"Vetrinizzarsi" non è un semplice mettersi in mostra, ma produce una vera e propria condizione di dipendenza psicologica, fino ad arrivare a un "corpo flusso", ovvero un corpo in costante mutamento, senza un'identità fissa, che cerca di non dipendere dalla biologia.

Condividere le proprie attività fisiche sui social quindi, in particolare Instagram, può avere dei lati positivi, come negativi. Certo è, che utilizzato in maniera sbagliata può diventare molto pericoloso, in particolare con l'utenza che prende come esempio determinati stili di vita non veri, non reali. Allo stesso tempo però, nell'epoca ipermoderna, pubblicare un post è diventato qualcosa di automatico, all'ordine del giorno, riconducibile alla vetrinizzazione di cui tutti ormai ne facciamo parte, e da cui ne siamo dipendenti sotto sia il punto di vista psicologico,

ma anche fisico.
di Silvia De Giovanni

Le sottoculture giovanili al tempo dei social network

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/le-sottoculture-giovanili-al-tempo-dei-social-network/>

Fin dalla loro nascita, le sottoculture giovanili sono sempre state un fenomeno particolare e in continua evoluzione. Dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, gruppi di giovani in tutto il mondo hanno iniziato a definire un proprio stile distintivo, diverso da quello imposto dalla società. Le sottoculture giovanili formatesi nella seconda metà del Novecento hanno sempre cercato di differenziarsi e ribellarsi dal pensiero comune e dalla massa, utilizzando vestiti, atteggiamenti e modi di pensare non convenzionali per la cultura dominante.

E al giorno d'oggi? Si possono ancora distinguere delle sottoculture giovanili all'interno della nostra società? Oppure con l'avvento dei social network i giovani hanno modificato il modo con cui si esprimono e con cui si aggregano tra loro?

Per rispondere a queste domande, bisogna fare un passo indietro, andando in primo luogo a spiegare cosa si intende per sottocultura giovanile e successivamente facendo qualche esempio sulle sottoculture giovanili più influenti della seconda metà del Novecento, per poi focalizzarsi sulla situazione attuale.

Come riportato nel libro *Marketing non convenzionale* del professor Michele Cilione Porceddu, "una sottocultura è un'aggregazione di giovani aventi:

- il medesimo modo di vestire,
- i medesimi gusti musicali,
- lo stesso stile di vita".

Uno dei principali motivi per cui si forma una sottocultura è il fatto che i ragazzi percepiscono il desiderio di ribellarsi alla cultura dominante del proprio Paese, vogliono far propri determinati tipi di prodotti, riempiendoli di nuovi significati e simboli importanti per loro.

Solitamente le sottoculture giovanili partono dal basso, dalle persone che vivono in uno stato di povertà o di degrado sociale e che quindi cercano di emergere da situazioni difficili. I protagonisti delle sottoculture sono i teenager,

ossia persone dai 13 a 19 anni che vivono ancora con i genitori, che non hanno ancora una cultura definita e che possono spendere una modica cifra di denaro, derivante dalle paghette o da lavoretti saltuari. I teenager sono dei segmenti diventati molto importanti per le aziende quando hanno iniziato ad essere percepiti come dei potenziali consumatori e clienti. Il libro Marketing 4.0 di Philip Kotler riporta che “i giovani influenzano moltissimo il resto del mercato poiché sono degli early adopters, in quanto non hanno paura di sperimentare e solitamente provano nuovi prodotti e servizi che i segmenti di età più avanzata considerano troppo rischiosi”. Da sempre, i teenager sono figure decisive nel decidere che prodotto sia alla moda e quale no, influenzando di conseguenza tutti i segmenti, soprattutto nel settore musicale, tecnologico e del fashion. Infatti, molti degli stili che conosciamo oggi, come lo stile punk o hip hop, derivano dalle sottoculture giovanili che si sono imposte nello scorso secolo. A questo punto è necessario nominare qualche esempio di sottocultura giovanile.

Negli anni Sessanta a Londra, nel Regno Unito, si formò una sottocultura giovanile che prese il nome di Mods. Il termine mod, abbreviativo di modernism, deriva dai fan del modern jazz, genere musicale in voga in quegli anni. Questo gruppo si differenziava dalla cultura di massa attraverso elementi distintivi e significativi: look curato ed innovativo, musica afroamericana come il soul, il blues e lo ska, abbigliamento italiano. I veicoli che utilizzavano per spostarsi erano gli scooter italiani, come la Vespa o la Lambretta, i quali venivano adornati con molte luci e specchietti. Inoltre i Mods prendevano ispirazione anche dalla Royal Air Force, ossia gli eroi britannici della Seconda Guerra Mondiale. Infatti, come abbigliamento utilizzavano il giaccone parka verde oliva con il logo della RAF e, in sella ai loro scooteroni adornati, si sentivano come i piloti britannici.



I Mods sopra le loro Vespe

Nello stesso periodo a Londra si formò anche un'altra aggregazione, antagonista dei Mods. Questa sottocultura giovanile venne denominata i Rockers. Erano giovani ragazzi con uno stile americaneggiante: giubbotto di pelle adorno di scritte e simboli pirateschi, scarponi pesanti, capelli con la brillantina. Essi erano affascinati dallo stile americano e infatti il loro nome deriva proprio dal rock'n'roll, genere musicale che andava molto di moda negli USA in quegli anni. A differenza dei Mods, i Rockers utilizzavano come mezzo di trasporto delle robuste moto di grossa cilindrata, rigorosamente elaborate per andare più veloce. Queste due sottoculture antagoniste, nonostante frequentassero differenti bar, arrivavano spesso a scontrarsi, per far prevalere la propria sottocultura sull'altra.

L'utilizzo consapevole dei Social Network

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/lutilizzo-consapevole-dei-social-network/>

"[...]Governments derive their just powers from the consent of the governed. You have neither solicited nor received ours.

We did not invite you. You do not know us, nor do you know our world. Cyberspace does not lie within your borders. Do not think that you can build it, as though it were a public construction project. You cannot. It is an act of nature and it grows itself through our collective actions. [...]"

Jhon Perry Barlow

Sommario

- Back to the past
- L'algoritmo, quello oscuro
 - o Filter Bubbles
- Questione di prospettive

Back to the past

Nel 1996, all'alba del web, per Jhon Perry Barlow, l'autore della Dichiarazione d'indipendenza del Cyberspazio, Internet veniva considerato come il più grande spazio pubblico che l'umanità avesse mai conosciuto.

Fino alla fine degli anni '90 il Web era composto principalmente da siti statici, senza possibilità di interazione da parte dell'utente. Questa ha avuto un incremento con il web 2.0, aprendo nuovi scenari fondati sulla possibilità di fruire, creare o modificare i contenuti. L'integrazione delle nuove tecnologie ha permesso a tutti di diventare protagonisti del web, facendo in modo che i fruitori siano allo stesso tempo gli attori principali.

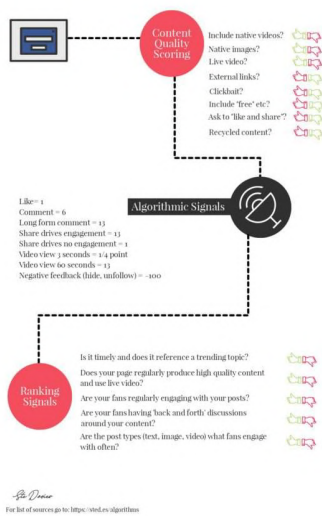
Quando nei primi anni 2000 imprese e investitori si resero conto che il principale fattore di successo di un'azienda sarebbe stato il coinvolgimento attivo da parte dei propri utenti, iniziò a nascere una nuova generazione di motori di ricerca e di siti specializzati, la quale cominciò ad utilizzare statistiche dell'attività del visitatore per determinare il prezzo delle inserzioni pubblicitarie e si contraddistinse per un nuovo spirito di condivisione.

È proprio in questo periodo che nascono, successivamente ai colossi di Google, Amazon, aziende come Facebook e Twitter.

L'algoritmo, quello oscuro

Gli utenti dei Social Network sono oltre 3 miliardi e la quantità di dati prodotta è inimmaginabile. Le grandi piattaforme come Facebook, Twitter e LinkedIn, ricorrono all'intelligenza artificiale, così da poter dare un senso e valorizzare moli di dati enormi prodotti nel mondo dagli utenti e alzare in livello di efficacia della condivisione. Le variabili degli algoritmi hanno combinazioni pressoché infinite e sono conosciute solo da chi li ha creati e ne è il legittimo proprietario. L'immagine sottostante mostra alcuni dei fattori che influenzano la diffusione dei contenuti su Facebook (vi sono altri elementi che hanno impatto sul livello di engagement da parte delle persone verso i contenuti stessi che non sono evidenziati).

Facebook Algorithm



Le nostre attività online vengono monitorate con la finalità di rendere la nostra news-feed più affine a noi, cercando di prevedere i nostri interessi attraverso la profilazione non solo delle nostre azioni, ma anche di quelle delle persone a noi collegate. Così facendo la news-feed restituirà i contenuti che più ci appassionano, appositamente per la nostra persona, poiché vi è tutto l'interesse, da parte delle aziende proprietarie, di alimentare l'ecosistema favorevole per mantenerci all'interno della piattaforma. Gli algoritmi utilizzati, permettono di monitorare milioni di commenti degli utenti, aiutando a comprendere situazioni, tendenze, o l'attenzione per una determinata problematica, consentendo all'utente di vivere un'esperienza personalizzata. Analizzare le tendenze del momento è utile per analizzare le informazioni con il fine di attrarre nuovi clienti o fidelizzare i propri. La possibilità di ottenere un'autentica partecipazione degli utenti, in un ambiente dove regnano sovrani gli algoritmi, sembra remota.

Filter Bubbles

Da una ricerca qualitativa condotta con la nostra classe all'università, è emerso che i giovani veneti nella fascia 18/25 hanno interazioni online principalmente con la cerchia di amici più ristretta.

All'interno della piattaforma le dinamiche relazionali del mondo offline sembrano riproporsi nello spazio social: la maggior parte delle interazioni [commentare, mettere il like] si effettuano con la cerchia di persone più ristretta o con pagine di interesse.

Queste tracce lasciate dalle nostre azioni vanno ad alimentare i meccanismi di filter bubbles alla base della piattaforma, restituendoci una news-feed appagante e in linea con i nostri interessi, eclissando i contenuti che si discostano dalle nostre preferenze.

Quando abbiamo chiesto agli intervistati di descriverci i social network utilizzati, ed esempio Facebook, le opinioni positive emerse vertevano sull'immediatezza delle interazioni con i propri amici e con i propri interessi e qualcuno ha affermato di utilizzarlo come mezzo per informarsi su questioni di attualità.

Nessuno, però, ha fatto allusione alla riduzione dell'orizzonte dello spazio di confronto.

La selezione algoritmica risponde al bisogno di appartenenza insito negli esseri umani, ma non ci lascia un pieno controllo: una volta che l'utente è entrato in piattaforma, l'interazione -commentare, condividere, like- si sviluppa all'interno di uno spazio prestabilito e con contenuti dettagliatamente selezionati.

Indipendentemente dal fatto che interagisca, l'utente non ha potere sulla decisione di quali post, tra la moltitudine, compariranno all'interno della propria feed e non ha potere sul loro ordine temporale.

Eli Pariser, amministratore delegato della UpWorthy e presidente del consiglio d'amministrazione di MoveOn.org, argomenta nel video sottostante i possibili rischi legati ai meccanismi di filtraggio.

Questione di prospettive

“ La violenza può essere usata solo negativamente; il denaro può essere usato solo su due dimensioni: il dare e il togliere.

Ma la conoscenza e i pensieri possono trasformare le cose, muovere le montagne e far apparire permanente un potere effimero.”

Geoff Mulgan 2007

Ad oggi, se si pensa alla struttura che è alla base di piattaforme come Facebook, la visione di Jhon Perry Barlow su quello che sarebbe dovuto essere lo spazio in rete è mutata notevolmente.

Il diritto di accesso ad Internet è un diritto fondamentale che favorisce l'esercizio di altri diritti: quello di informare e di essere informati, la libertà di espressione e di associazione.

Nel Cyber-spazio, la premessa indispensabile per l'effettivo esercizio di queste libertà dovrebbe essere il principio di neutralità della rete.

Le piattaforme di social network consentono la creazione di ambienti sociali pieni di possibili risorse, che aumentano potenzialmente il capitale sociale e la possibilità di entrare in uno spazio sempre più proprio; nel sistema, però, regna una gerarchia, dove il potere è insito nella proprietà dell'algoritmo, che risponde al nostro bisogno di appartenenza attraverso i risultati familiari restituiti.

In questa ambivalente realtà, si può ancora parlare di neutralità della rete e di ampliamento dei confini della possibilità di confronto?

Sicuramente l'utilizzo delle risorse avviene sulla base di un agency individuale e di frame culturali propri dell'utente; un'educazione al consumo dei mezzi di comunicazione, quali i social network, potrebbe essere essenziale per riuscire ad avere uno sguardo critico e responsabile verso le risorse, consapevoli dei meccanismi adoperati dalle aziende proprietarie per creare l'habitat nel quale ci immergiamo nel momento dell'accesso.

Quando si parla di diritto all'informazione si parla di un diritto “attivo”, e per poter godere di quest'ultimo bisogna riconoscere in primo luogo la necessità di una consapevolezza delle regole del gioco.

Qui potete trovare altri esempi di sottoculture giovanili che hanno avuto luogo in Europa e nel mondo nella seconda metà del Novecento.

In Italia, l'unica vera e propria sottocultura giovanile nata nel nostro Paese sono stati i Paninari. Questo fenomeno sociale è sfociato a Milano, per poi espandersi lentamente in tutta la penisola. Il termine paninaro deriva da un locale del capoluogo lombardo, il bar Al panino, luogo dove i ragazzi si ritrovavano per mangiare fast food americano. Questa sottocultura giovanile si differenziava per l'abbigliamento completamente griffato di famose marche italiane e straniere e, in generale, per lo stile di vita fondato sul consumo e l'eccesso. I Paninari erano fan del gruppo musicale Duran Duran e andavano in giro su moto costose.

Cliccando sull'immagine è possibile vedere un breve video che descrive la sottocultura dei Paninari Oltre a questa sottocultura giovanile, nel nostro Paese non sono esistiti altri fenomeni tipicamente italiani, ma solo delle copie o rivisitazioni di sottoculture importate dall'estero, come ad esempio la sottocultura hip hop o punk.

E oggi?

Con l'avvento di internet e dei social network, le sottoculture giovanili non si formano più come una volta. Come riportato dall'antropologo americano Ted Polhemus, nell'intervista *Viaggio alla scoperta delle sottoculture giovanili*, "oggi viviamo in un mondo ibrido e le culture giovanili sono state anticipatrici di questo fenomeno perché i giovani tendono a comportarsi in maniera molto mimetica utilizzando elementi di sottoculture diverse. Essi si muovono come all'interno di un supermercato: raccolgono le scarpe degli skinheads, la giacca dei mods, il cappello dei punk, il comportamento dei ravers. Ci troviamo così davanti a delle forme non direttamente riconoscibili in un mondo più fluido". I gruppi di teenager odierni passano meno tempo in giro o per strada come una volta e i luoghi di incontro sono cambiati: si è passati dalle piazze e i bar alle piattaforme dei social network. Sui canali social si formano reti di teenager che condividono lo stesso interesse, coltivandolo in gruppi privati o intorno a un personaggio famoso. Al giorno d'oggi gli early adopters che lanciano le nuove tendenze vengono definiti influencer. Solitamente essi possono essere teenager che hanno una grande cerchia di seguaci nei principali social network come Instagram o Youtube, oppure personaggi famosi della musica, dello sport o della moda. Rispetto alle sottoculture giovanili di un tempo, i cui giovani si sentivano parte di un gruppo delimitato che seguiva determinati usi e mode, i teenager odierni sono più camaleontici, poiché fanno parte contemporaneamente a più gruppi di diverso interesse.

Come si può leggere nel libro sopra citato, *Marketing non convenzionale*, "oggi esistono delle moderne direzioni di consumo e di impiego del tempo libero per i giovani, definite quasi-sottoculture. Quest'ultime non implicano il coinvolgimento totale e assoluto dei teenager come le sottoculture, ma costituiscono dei momenti di aggregazione attorno a particolari merceologie ed eventi in cui certi ruoli, modi di vestire e gerarchie possono essere temporaneamente legittimati. Alcuni esempi possono essere il softair o il cosplay". In definitiva, i teenager oggi non si sentono più parte di un unico gruppo delimitato con cui si identificano. Attraverso il web e i social network essi possono far parte di diverse comunità online legate ad interessi differenti, che coltivano contemporaneamente, senza distinzioni. Nella società odierna tutto risulta essere veloce, temporaneo, fugace e, di conseguenza, passare da una moda all'altra in breve tempo fa ormai parte della nostra identità. Forse, è proprio il movimento fluido all'interno delle piattaforme social che definisce il nuovo modo di espressione dei teenager.

Gli effetti negativi dei social network: depressione, problemi psicologici e fisici.

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/gli-effetti-negativi-dei-social-network-depressione-problemi-psicologici-e-fisici/>

La salute mentale è uno stato di benessere mentale che consente alle persone di far fronte allo stress della vita, realizzare le loro capacità e contribuire quotidianamente al miglioramento della comunità. È una componente integrante della salute e del benessere che è alla base delle nostre capacità individuali e collettive di prendere decisioni, costruire relazioni e plasmare il mondo in cui viviamo. La salute mentale è un diritto umano fondamentale per lo sviluppo personale, comunitario e socio-economico. È più dell'assenza di disturbi mentali; esiste su un continuum complesso, che viene vissuto in modo diverso da una persona all'altra, con vari gradi di difficoltà e risultati sociali e clinici molto diversi.

Le condizioni di salute mentale includono disturbi mentali e disabilità psicosociali, nonché altri stati mentali associati a significativa angoscia, compromissione del funzionamento o rischio di autolesionismo.

Nel 2022 sono stati registrati 4,55 miliardi di utenti social attivi a livello globale, numero in aumento del 9,9% rispetto al precedente anno. Ciò significa che 400 milioni di nuove persone si sono iscritte in una delle molteplici piattaforme che tutti noi conosciamo.

Nel mondo, i principali social network sono Facebook, YouTube, WhatsApp e Instagram. Facebook guida l'elenco dei social network più utilizzati, seguito da YouTube e poi dal resto delle sotto compagnie di meta : WhatsApp, Instagram e Facebook Messenger.

Lo scorso anno, più della metà della popolazione mondiale ha navigato sui social network. Ma cosa sappiamo circa l'impatto di queste reti digitali sulla salute mentale dei giovani?

Le correlazioni tra uso dei social network e salute mentale sono oggetto di forte attenzione da parte dei ricercatori, sulla base di una letteratura scientifica sempre più prolifica. In diversi studi è stata trovata un'associazione significativa tra uso massiccio dei social network e problemi psicologici e fisici. Questi comprendono ansia, sintomi depressivi, stress o, nei casi più lievi, una semplice riduzione del benessere soggettivo e dell'autostima.

I disturbi di ansia rappresentano un gruppo unico di malattie caratterizzato da persistente, irrazionale, e incontrollabile angoscia. La depressione è invece una condizione in cui una persona si sente scoraggiata, triste, senza speranza, immotivata, disinteressata alla vita in generale. Quando questi sentimenti durano per un breve periodo di tempo si può trattare semplicemente di una fase non facile della vita, ma quando durano più di due settimane ed interferiscono con l'attività quotidiana, come trascorrere del tempo con gli amici o andare al lavoro o a scuola, è probabile che si tratti di un caso più grave di depressione.

La depressione maggiore è una malattia curabile, che tuttavia influisce sul modo in cui una persona pensa, si comporta e prova sentimenti ed emozioni.

I Social Network sono un problema reale

Quando definiamo il digitale un'arma a doppio taglio, partiamo dal presupposto che qualsiasi strumento, se usato in modo improprio e sconsiderato, può rivelarsi dannoso. Questo vale anche per l'innumerabile quantità di dispositivi tecnologici che ogni giorno sono nelle nostre mani, sulle nostre scrivanie, a totale disposizione delle persone.

Rapporto tra digitale e salute mentale: i disturbi.

Ad avvalorare la tesi secondo cui il nostro assetto psicologico è cambiato in funzione della presenza del digitale nella quotidianità, c'è il preoccupante aumento dei cosiddetti disturbi da iperconnessione. Si è sviluppata una cultura narcisistica che nasce dal desiderio e dalla necessità di esibire online un'identità seducente ma di base fittizia. Si ricerca l'autostima che risiede nell'approvazione altrui, nel riscontro positivo a ciò che condivido con l'altro, nell'immagine e nell'idea che ognuno vuole dare di sé dietro uno schermo.

Il lato più oscuro della tecnologia digitale è da ricercare proprio negli effetti che questa ha nella mente delle persone, tanto da scatenare dei processi vorticosi che portano a sviluppare stati d'ansia, di stress e depressione, di paura e di solitudine.

Ma quali sono i sintomi causati da una loro sovraesposizione ?

Internet Addiction Disorder

Con il termine "Internet Addiction Disorder" intendiamo una dipendenza da Internet, riconosciuta da anni come disturbo mentale. Il problema si presenta quando le attività svolte online vanno a interferire in modo opprimente con la vita quotidiana. Esistono varie categorie riconducibili a questo tipo di dipendenza: gaming, social networking, blogging, fino all'online shopping.

F.O.M.O

Con il termine "F.O.M.O" intendiamo il desiderio persistente di essere in contatto con gli altri attraverso i social network.

Nomofobia

Il termine 'Nomofobia' o 'NO Mobile Phone PhoBIA' viene impiegato per descrivere una condizione psicologica che può svilupparsi in tutti soggetti che manifestano l'irrazionale timore/paura di rimanere 'sconnessi'/'allontanati' dalla possibilità di rimanere 'collegati' mediante il proprio smartphone. Alcuni autori la descrivono come la condizione caratterizzata dalla presenza di sentimenti di disagio, ansia, nervosismo o distress conseguenti al rimanere non più in contatto virtualmente tramite il proprio mobile phone.

Phubbing

Phubbing è il neologismo con cui ci si riferisce all'abitudine di snobbare la compagnia degli altri, specie in contesti informali come un'uscita di gruppo o un appuntamento con il partner, preferendo utilizzare lo smartphone o altri device digitali.

Sindrome del pensiero accelerato

La sindrome del pensiero accelerato è un tipo di ansia la cui caratteristica principale è legata all'eccesso di informazioni, di attività, di preoccupazioni, pressioni sociali ma anche intossicazione digitale che riceviamo ogni giorno e che possono portare ad una accelerazione della nostra mente mai vista prima.

Social Network e problemi fisici: dismorfofobia

La dismorfofobia, conosciuta anche come disturbo dismorfico del corpo (DCD), è un disturbo di salute mentale in cui una persona è ossessionata da difetti percepiti nel suo aspetto fisico. Queste preoccupazioni sono esagerate e persistenti, e possono influenzare significativamente la qualità della vita della persona.

I social media possono giocare un ruolo in tutto ciò. In primis, le piattaforme spesso mostrano immagini ritoccate e filtrate di persone che soddisfano gli standard di bellezza convenzionali; questo può creare un confronto costante e aumentare i sentimenti di insoddisfazione e bassa

autostima in coloro che soffrono di questa patologia. Inoltre, i social media incoraggiano l'auto-presentazione e l'autopromozione, che possono portare le persone a mostrare solo i loro aspetti migliori e a nascondere qualsiasi tipo di imperfezione. Si crea quindi un'ulteriore pressione per soddisfare gli standard di bellezza e contribuire all'eccessiva preoccupazione del proprio aspetto fisico. Allo stesso modo, ricevere commenti o "mi piace" sui post può influenzare l'autostima di una persona; se non ricevono abbastanza risposte positive o se ricevono al contrario critiche o commenti negativi, vengono rafforzate tutte quelle convinzioni distorte sull'aspetto fisico, che portano inevitabilmente ad un aumento del disagio emotivo.

L'innovazione tecnologica può realmente salvarci

L'innovazione tecnologica può offrire soluzioni e risorse utili per affrontare le diverse problematiche, mentali e psicofisiche, causate dall'uso dei social network.

1. App e piattaforme di benessere mentale: Esistono numerose app e piattaforme digitali progettate per affrontare l'ansia, la depressione e lo stress. Queste applicazioni offrono strumenti come tecniche di respirazione, meditazione, mindfulness e tracciamento dell'umore, che possono aiutare a gestire i sintomi legati all'uso dei social network.

2. Monitoraggio del tempo di utilizzo: Alcune app e funzionalità dei dispositivi consentono di monitorare e limitare il tempo trascorso sui social network. Questo può essere utile per ridurre la dipendenza e prevenire l'eccessiva esposizione ai contenuti che possono contribuire all'ansia o alla depressione.

3. Supporto online e comunità di sostegno: Esistono forum, gruppi di supporto online e comunità virtuali dove le persone possono condividere le proprie esperienze, ricevere supporto emotivo e consigli su come affrontare i problemi legati ai social network. Questi spazi possono offrire un senso di appartenenza e ridurre l'isolamento sociale.

4. Terapia online: La terapia online, anche nota come terapia via chat o teleterapia, consente alle persone di accedere a servizi di consulenza e supporto da parte di professionisti della salute mentale attraverso piattaforme di videochiamata o messaggistica. Questo può essere un modo conveniente per ottenere assistenza e affrontare i sintomi di depressione e ansia associati all'uso dei social network.

5. Filtri di contenuti: Alcune piattaforme di social media stanno introducendo funzioni di filtraggio dei contenuti che consentono agli utenti di limitare l'esposizione a determinati tipi di contenuti potenzialmente negativi o stressanti.

Questi strumenti possono contribuire a ridurre l'impatto emotivo negativo che i social network possono avere sulla salute mentale.

È importante sottolineare che, sebbene l'innovazione tecnologica possa offrire risorse e supporto preziosi, non sostituisce il supporto professionale. Se si sta vivendo depressione, ansia o altri disturbi mentali a causa dei social network, è sempre consigliabile cercare l'aiuto di un professionista della salute mentale qualificato per una valutazione e un trattamento adeguato.

Riflessioni finali

L'innovazione tecnologica e i social network hanno rivoluzionato la nostra società e il modo in cui ci connettiamo, comunichiamo e condividiamo informazioni.

Da un lato, l'innovazione tecnologica e i social network hanno reso più facile per le persone rimanere in contatto con amici e familiari, anche a distanza. Abbiamo accesso a una quantità incredibile di informazioni e risorse, che ci consentono di imparare, esplorare nuovi interessi e connetterci con persone che condividono le nostre passioni. Le piattaforme di social media ci offrono uno spazio per esprimere le nostre idee, dare voce alle nostre opinioni e promuovere, a volte, cause importanti.

C'è però un lato negativo. L'uso eccessivo dei social network può portare a problemi di dipendenza, isolamento sociale e perdita di tempo prezioso. Le piattaforme di social media possono amplificare la comparazione sociale, portando a sensazioni di insoddisfazione e bassa autostima. Anche la diffusione di informazioni errate o manipolate può alimentare la disinformazione e influenzare il nostro pensiero critico.

L'innovazione tecnologica ha anche sollevato preoccupazioni sulla privacy e sulla sicurezza dei dati personali. L'accesso costante e ininterrotto ai social network può invadere la nostra sfera privata e mettere a rischio la nostra sicurezza online.

È importante riflettere su come utilizziamo l'innovazione tecnologica e i social network in modo consapevole.

L'innovazione tecnologica e i social network hanno un enorme potenziale per connetterci, ispirarci e migliorare le nostre vite, ma è fondamentale utilizzarli in modo responsabile per preservare la nostra salute mentale, la nostra privacy e il nostro benessere complessivo.

FONTI

1.

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

2.

<https://www.ipsico.it/news/social-network-la-salute-mentale-degli-adolescenti-e-inpericolo/#:~:text=In%20diversi%20studi%20è%20stata,benessere%20soggettivo%20e%20dell%27autostima>

3.

<https://www.intelligenzaartificialeitalia.net/post/statistiche-sull-utilizzo-dei-social-media-nel-2022>

4.

<https://www.ipsico.it/news/dismorfismo-corporeo-pandemia-e-social-media/>

5.

<https://www.changethefuture.it/internet/dismorfofobia/>

AUTORE

Mi chiamo Giacomo Segalla e sto attualmente frequentando il corso di Laurea Magistrale di Web Marketing & Digital Communication in IUSVE. Nei miei studi passati emerge una laurea in Comunicazione presso l'Università degli Studi di Verona, durante la quale maturò la passione per il Marketing e il mondo digitale. Mi considero una persona estroversa e dallo spirito critico ma pur sempre creativo. Amo viaggiare, la musica e circondarmi di persone intraprendenti.

Il limite di TikTok: l'ascolto passivo e l'alterazione della realtà

Culture Digitali

<https://www.culturedigitali.org/il-limite-di-tiktok-lascolto-passivo-e-lalterazione-della-realta/>

Sommario

- TikTok: cos'è e come funziona
 - o La diffusione e i rischi
- TikTok e lo stato di flow
 - o Lo span attentivo e ascolto passivo
- TikTok e l'impatto sul benessere degli utenti
- Conclusioni
- Fonti
- L'Autrice

TikTok: cos'è e come funziona

TikTok è una piattaforma social che utilizza dei brevi video o caroselli di foto (più raro) come metodo di comunicazione. TikTok dichiara la sua mission quella di “ispirare la creatività e portare buonumore”.

Negli ultimi anni il numero di persone che ha scaricato sul proprio cellulare TikTok è aumentato a ritmi davvero sorprendenti e in pochi mesi è riuscito a diventare uno tra i social più utilizzati dai giovani.

La comunicazione all'interno di questa piattaforma è immediata e veloce, il che la rende altamente perforante e appetibile. Tramite TikTok, applicazione nata in Cina e inizialmente chiamata Musically, è possibile creare video di ogni tipo. La creatività degli utenti attivi rende vivi e attiva la piattaforma stessa.

L'iscrizione è molto semplice: basta associare un indirizzo e-mail. A questo punto si è già dentro il mondo di TikTok.

Gli utenti si dividono in “passivi” ovvero coloro che utilizzano l'applicazione solamente per guardare i contenuti, e “attivi” ovvero coloro che creano contenuti all'interno della piattaforma.

L'app di TikTok è una delle più amate e scaricate di questi anni, ma molta con sé non pochi rischi che bisogna saper riconoscere e dai quali è bene guardarsi.

La diffusione e i rischi

Gli utenti di TikTok sono di tutte le generazioni, ma il numero maggiore di iscritti appartiene ai ragazzi della Gen Z. Infatti, gran parte degli utenti attivi sono adolescenti o molto giovani.

Per i ragazzi Generazione Z, TikTok rappresenta un luogo in cui potersi esprimere liberamente, dare sfogo alla creatività e trovare contenuti che li intrattengano (balletti, video informativi, motivazionali, scene di film). TikTok ha saputo cogliere queste loro esigenze e proporre una piattaforma praticamente su misura per loro.

Il fatto che la maggior parte degli utenti siano adolescenti ha scatenato alcune preoccupazioni. Alla base del funzionamento della piattaforma c'è la diffusione di contenuti, questo può presentare alcuni pensieri per quanto riguarda la fruizione da parte degli utenti più piccoli. L'unica informazione che richiede la piattaforma per consentire l'accesso è l'età, che non deve essere inferiore ai 13 anni. Tuttavia è possibile, e spesso succede, indicare una data di nascita falsa ed accedere comunque all'applicazione.

TikTok presenta quindi una lacuna per quanto riguarda la sicurezza dal momento che

L'applicazione non utilizza nessuno strumento di verifica dell'età al momento della registrazione di un nuovo utente. TikTok si serve del suo algoritmo per individuare gli account appartenenti a ragazzi sotto al limite d'età consentito.

Ovviamente questo sistema non è altamente performante e, nell'aprile 2023, la società è stata multata per l'ammontare di 12.7 milioni di sterline dal garante per la privacy del Regno Unito con l'accusa di aver permesso a 1.4 milioni di bambini britannici sotto i 13 anni di utilizzare l'app, sfruttando i loro dati personali per fini commerciali, senza il consenso dei genitori.

Come già detto in precedenza la maggior parte degli utenti sono ragazzi appartenenti alla Gen Z, a destare una particolare preoccupazione sono soprattutto i ragazzi appartenenti alla fascia d'età 13-17.

Infatti, alcuni aspetti caratterizzanti l'adolescenza possono suggerire maggiore vulnerabilità dei giovanissimi a questo social. È provato che durante la pubertà si verifica un aumento dei ricettori della dopamina e dei suoi livelli di produzione. Ciò rende gli adolescenti più sensibili alla procedura di fruizione di TikTok.

Inoltre, il rapido sviluppo dei circuiti socioaffettivi del cervello che si verifica in piena adolescenza potrebbe aumentare la spinta ad utilizzare il social in modo attivo e pubblicare assiduamente per ottenere riconoscimento sociale da parte dei pari che vengono espressi in like, commenti e ripubblicazioni.

Infine l'adolescenza è un periodo di sviluppo caratterizzato da una plasticità cerebrale nettamente superiore a quella degli adulti, è quindi più probabile che stimoli esterni producano un cambiamento nella mente adolescente.

TikTok e lo stato di flow

Quando parliamo di stato di flow (o esperienza ottimale) intendiamo uno stato mentale di totale immersione nell'attività che una persona sta realizzando.

Questa implica il sentimento di un pieno coinvolgimento e di una completa immedesimazione nell'attività in corso.

Uno studio si è recentemente occupato di analizzare e studiare lo stato di flow indotto da TikTok per prolungare il tempo di navigazione all'interno dell'app.

I risultati dello studio indicano che sono l'algoritmo avanzato e il funzionamento dell'applicazione altamente performante a renderla così coinvolgente, più che la qualità dei contenuti al suo interno.

Uno studio recente inoltre ha individuato tre caratteristiche cruciali nell'esperienza di flow di TikTok: la percezione dell'assenza di sforzo nell'utilizzo dell'app, la percezione di accuratezza delle raccomandazioni e la percezione della serendipità delle raccomandazioni. La percezione dell'assenza di sforzo sembra essere positivamente influenzata dalla ridotta lunghezza dei video.

Lo span attentivo e ascolto passivo

Il termine span attentivo indica la lunghezza di tempo in cui un individuo è in grado di concentrarsi su un compito specifico o su un oggetto di interesse.

Romy Victoria Siehoff nel 2023 ha condotto uno studio sullo span attentivo. Il suo campione di ricerca era composto da 191 partecipanti di età compresa tra i 18 e i 92 anni (età media 25,94), i quali sono stati suddivisi in utenti leggeri e pesanti di TikTok in base alla loro esposizione alla piattaforma.

I soggetti dello studio che sono stati individuati come utenti "pesanti" quindi coloro i quali sono per più tempo esposti alla piattaforma, hanno riferito di avere più difficoltà a bloccare i pensieri distrattivi. Questo indica che durante la fruizione dell'applicazione, soprattutto tra gli utenti più giovani, si attiva l'ascolto passivo e si inizia a scorrere l'applicazione senza fare più

troppo caso alla qualità dei contenuti che vengono proposti dall'applicazione o a quanto possono essere interessanti per la persona.

TikTok e l'impatto sul benessere degli utenti

Ricerche rivelano che l'aumento delle ore passate a compiere attività virtuali sia correlato ad un fenomeno dissociativo che prende il nome di depersonalizzazione. Si tratta di una distorsione del senso della realtà: durante l'utilizzo della piattaforma gli utenti subiscono un'alterazione di se stessi e di quello che li ricorda, allontanandosi da ciò che riguarda la fisicità e perdendo coscienza dello spazio in cui si trova e del tempo che scorre.

Ci si sente separati dal proprio corpo e da ciò che ci circonda, come se si agisse seguendo un autopilota e si percepiscono le proprie azioni come meno reali. Questo stato dissociativo rende l'applicazione potenzialmente molto pericolosa.

È purtroppo esistente e degna di nota anche la correlazione tra uso problematico dei social media e i disturbi depressivi o ansiosi, questa correlazione potrebbe avere implicazioni anche sulle funzioni cognitive dei giovani. Uno studio del 2021, infatti, ha trovato un effetto di moderazione dei disturbi depressivi e d'ansia tra l'utilizzo problematico di TikTok e la compromissione della memoria a breve termine.

Un esperimento ha studiato 3036 studenti cinesi del secondo anno di scuola superiore che sono stati sottoposti a un test di memoria di cifre in avanti e indietro. Gli studenti individuati come dipendenti da TikTok hanno performato peggio degli altri. Tra questi, quelli anche affetti da depressione o ansia hanno ottenuto un punteggio ancora più basso.

Tra gli utilizzatori non problematici dell'app, invece, non è stata trovata alcuna differenza significativa tra quelli affetti da depressione o ansia e gli altri.

Conclusioni

Quando pensiamo a TikTok ci vengono in mente video, video e ancora video. Brevi filmati che hanno influenzato, e per certi versi cambiato, la nostra vita di tutti i giorni. Pochi secondi che comunicano qualcosa, oppure che non comunicano qualcosa: sta a noi deciderlo.

E la scelta è nostra anche quando decidiamo di condividere o meno dei contenuti che la piattaforma propone. Perché nel momento in cui pubblichiamo qualcosa, parliamo "a qualcuno" e non "con qualcuno", favorendo l'eliminazione dell'aspetto fisico che accomuna le relazioni fra persone.

Like, commenti e condivisioni sono diventate le nostre nuove dipendenze, il nostro modo per sentirci affermati in una società che si muove sempre più velocemente e più quei numeri aumentano, più il nostro bisogno di essere apprezzati viene soddisfatto. Ma da chi? Da altre persone che visualizzano i nostri contenuti e che in maniera molto semplice, con un tocco, li approvano.

Cosa ci insegna TikTok? Ci insegna che diventeremo sempre più collegati da qualcosa creato per collegarci, il nostro telefono. E forse, a noi va bene così...

Fonti

Gandolfi G., TikTok, percezione di sé e abbandono del corpo TikTok ci può dire qualcosa su come pensiamo il nostro corpo e su come esso si rapporta all'altro e al mondo, Echo Raffiche, 30 settembre 2021.

Mamprin E., TikTok: un'analisi dell'impatto sulle funzioni cognitive dei giovani, Padova, Università degli Studi di Padova, 2023.

Pirozzini G., TikTok: Cifre e statistiche chiave in Italia e nel mondo nel 2022, Digimind, 7 marzo 2023

TikTok: cos'è e come funziona l'app preferita dalla Generazione Z, Web Surfers,

<https://websurfers.it/blog/item/tiktok-cos-e-e-come-funziona-l-apppreferita-dalla-generazione-z#:~:text=TikTok>

[26/5/2024]

Le ultime statistiche su TikTok [2023], passport-photo.online,

<https://passport-photo.online/it-it/blog/tiktok-statistiche/#dati-demografici-dellutente>

[26/5/2024]

Informazioni su TikTok, TikTok

<https://www.tiktok.com/about>

[26/05/2024]

L'Autrice

Sono Martina Puleo, ho una laurea in Scienze Politiche e sono attualmente studentessa di laurea magistrale in Web Marketing & Digital Communication presso l'istituto IUSVE. Il modo dei social media mi affascina da sempree credo che siano il mezzo di comunicazione del futuro, ma ritengo che per poter utilizzare al meglio questi nuovi mezzi sia necessario conoscerli perfettamente e avere metodo. Ne siamo in grado?

Diritti d'autore

La copia non autorizzata dei contenuti di un sito, è considerata "violazione del copyright" e perseguita a termini di legge.

I diritti sono riservati, come da legge sul Diritto d'Autore n. 518 del 1992 e successive modifiche.

E' invece, consentita la citazione del sito e/o di alcune sue pagine interne, senza preventiva autorizzazione, purchè sia chiaramente identificabile il nome del dominio ufficiale:

www.dominio.com/

Identificazione del contenuto soggetto a diritti d'autore, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- tutti i testi riportati sul sito, descrizione servizi, blog, comunicati stampa, etc
- i titoli e come sono stati suddivisi gli argomenti e i capitoli
- la pagina di partenza (homepage),
- la veste grafica e lo stile tecnico (style sheet),
- l'intero progetto ed il codice HTML che lo compongono.
- tutte le immagini e loghi di cui ComPart Multimedia vanta la proprietà
- Copyright di terzi
- Tutti i marchi qui esposti sono di proprietà dei rispettivi detentori dei copyright; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e appartengono ai loro legittimi proprietari.