



Associazione di volontariato Chicercatrova onlus

Corso Peschiera 192/A - Torino

www.chicercatrovaonline.it

info@chicercatrovaonline.it

Come fare per comunicare in modo semplice, utile e profondo *(testo non rivisto dall'autore)*

Relazione del Prof. Don Ezio Risatti
(9 marzo 2016)

Buona sera,

il tema di questa sera è il comunicare. Comunicare è semplice, è utile e profondo. Queste caratteristiche per che cosa servono? Quando si devono fare delle comunicazioni particolarmente importanti, quando bisogna essere sicuri di trasmettere qualcosa che arriva a destinazione, ad esempio dai genitori ai figli, o i partner all'interno della coppia, o problemi con altre persone; quando bisogna essere efficienti nella comunicazione, quando bisogna comunicare in maniera da arrivare veramente a chi riceve, ecco che questi elementi dell'essere semplici, dell'essere utile, dell'essere profondo, sono fondamentali.

Che cosa vuol dire **essere semplice**? Conoscete quella definizione di filosofia che è un po' uno scherzo, ma è anche un poco seria, "la filosofia è la palingenetica obliterazione dell'io cosciente, che si infutura nell'archetipo prototipo dell'antropomorfismo universale", detto così è tutto chiaro! Tutti hanno capito e quindi possiamo andare avanti... Comunicare è semplice (poi lo approfondiamo) vuol dire proprio avere una dimensione che raggiunge tutti, in maniera che le persone non debbano restare lì e dire: «Che cosa ha detto? Perché ha detto qualcosa? Ma che cosa ha detto?», bisogna, in fondo in fondo, capirsi.

L'elemento è **utile** anche se è **importante**, perché? Se una cosa non è utile, vuol dire che è inutile, allora comunicare qualcosa di inutile, è inutile: ecco questa è la filosofia più semplice. Dunque, comunicare qualcosa di utile. Nel 1905 la Daimler Benz aveva fatto una previsione di sviluppo dell'automobile nel mondo (quindi era proprio all'inizio!), avevano previsto che per la fine del ventesimo secolo, ci sarebbero state in circolazione per il mondo, un milione di automobili. Alla fine del XX^a secolo ce n'erano 700 milioni di automobili in giro per il mondo. Capite che sbagliare una previsione di 700 volte, non è poco! Come mai hanno fatto questo sbaglio? Perché a quei tempi, per guidare la macchina ci voleva una specializzazione, era un mestiere, si chiamava "chauffeur", alcuni lo chiamavano "autista", "Battista l'autista", ma le persone più in su lo chiamavano chauffeur, era un mestiere. Pensate che per avviare una macchina bisognava fare una *checklist*, bisognava passare, come per gli aerei, una lista di 22 punti perché si regolava tutto a mano. Se io

adesso mi mettessi a spiegare come si faceva, non lo so neanche io, ma so che c'erano tutti questi passaggi. Voi capite che oggi giorno non serve, non è una cosa utile, perché oggi giorno in macchina si fa "brum", e quella parte. Nel 1905 non avevano previsto che la macchina la potesse guidare chiunque: chi comprava la macchina doveva prevedere poi di pagare l'autista. Un po' come quelli tra di voi che oggi giorno si sono comprati l'elicottero e poi devono avere il pilota, perché l'elicottero non lo possono guidare tutti. E dunque, questa realtà di "utile", che deve essere qualcosa che serve.

La realtà del profondo: può essere una comunicazione **utile** e **semplice**, ma se non è **profonda**... Ad esempio, ci sono diversi modi per pulire le carote e adesso vi spiego i diversi modi per farlo. Sì, è semplice, non sono modi difficili, ma non è che la vita di una persona dipenda da come pulisce le carote; se le pulisci in un modo o in un altro, vivi lo stesso! Allora questi tre elementi sono importanti perché la comunicazione sia vera, sia qualcosa che resta, sia qualcosa che lascia un segno, una traccia che aiuta a crescere. Vedremo poi anche le conseguenze di questa comunicazione.

E con questi tre punti raggiungiamo la sufficienza, sono sufficienti e non è il caso di aggiungerne altri. Ad esempio, si potrebbe aggiungere **breve**, ma non sempre "semplice" e "breve" vanno d'accordo, per cui bisogna a volte spiegare un po' più a lungo per essere semplici: non si può in poche parole. Oppure si potrebbe aggiungere: **comunicare in Italiano** piuttosto che in altre lingue che ci creano problemi e così via. Dunque questi tre elementi sono importanti, tutti e tre: ci vogliono e bastano questi tre, quando vai con questi tre, sai che comunichi bene.

Adesso andiamo a vederli un pochino più attentamente, uno per uno, che cosa vuol dire.

Semplice: prima di tutto si tratta di **adattarsi a chi ascolta**. Pensate la mamma che parla al bambino, è chiaro che la mamma sa adattarsi a parlare al bambino. Pensate, la psicologia evolutiva dell'età infantile fa rilevare che quando un bambino di 6 anni (5 – 6 sono sempre età relative non sono così assolute) parla a un altro bambino di 5 – 6 anni, usa il linguaggio che ha. Ma se questo bambino di 5 – 6 anni deve parlare a un bambino di 2 – 3 anni, cambia linguaggio, usa il linguaggio dei 2 – 3 anni. Pensate come *ha già capito che, per farsi capire, deve parlare in un certo modo*; poi se lo dimentica crescendo, ma a quell'età lo ha capito! Ha capito che "bisogna adattarsi a chi ascolta", adattare il linguaggio, adattare il discorso.

Sabato scorso dovevo fare una conferenza a un convegno di superiori di Istituti religiosi diversi. A un certo punto volevo raccontare una storiella e spero che nessuno di quelli segua, senta, vada poi a vedere questa registrazione, perché per raccontare la storiella ho adattato ai novizi che entrano in noviziato una storiella di quelle che si raccontano dei matti, non ho fatto che adattargliela. Un novizio, appena entrato in noviziato, rompe tutti i vetri della sala, arrivano lì tutti i confratelli: «*Che cosa è successo? Che cosa capita?*», lui dice: «Dio mi ha ordinato di rompere tutti i vetri qui dentro» - «*Ma dai! Ma cosa dici?*» - «Sì, sì, Dio in persona mi ha detto: rompi tutti i vetri in quella sala», e il superiore: «*Non è vero! Io non gli ho detto niente!*». Allora, nella barzelletta dei matti, era il direttore del manicomio che diceva: «*Non è vero! Io non gli ho detto niente!*».

Va **adattata alla situazione**, perché raggiunge in maniera efficiente le persone che ascoltano dal momento che *la rendi propria del loro ambiente*. A questo proposito c'è un episodio nella vita di Don Bosco. Quando era giovane prete, una domenica mattina durante la Messa, entra in chiesa e vede a un altare laterale un gruppetto di ragazzi che dormiva. Li sveglia e dice: «Ma state a sentire la predica! State a sentire cosa dice il prete!», loro lo guardano e dicono: «*Ma non sta mica parlando per noi! Non sta parlando per noi!*», questo Don Bosco se l'è ricordato. Perché è chiaro che se io sento che si sta parlando per qualcun altro, io cosa c'entro? Cioè, se io andassi avanti a parlarvi delle cose che potevano interessare i superiori dei religiosi, come ho parlato l'altro giorno, voi dite: «Sì, va beh, ma noi cosa c'entriamo? Non sta parlando a noi, quindi possiamo anche non stare ad ascoltare», c'è questo fatto di parlare alle persone con le quali si sta discutendo.

Un elemento importante per adattare il discorso, per raggiungere le persone, è quello di **voler bene alle persone cui si parla**. Uno si chiede: «Cosa c'entra?», c'entra! C'entra, pensate che questo è uno dei punti che si utilizzano anche nel lavoro di psicologo, nel lavoro di counselor. Si spiega

sempre, a chi deve parlare con le persone, che è importante che voglia bene alla persona a cui sta parlando. Perché? Se vuole bene alla persona, trova il modo di comunicare, trova il modo di esprimersi, trova il modo di raggiungerla; perché ci tiene a raggiungere le persone, ci tiene a farsi capire dalle persone, se uno gli vuole bene.

Prima dicevo che la mamma si fa capire dal bambino, come fa la mamma a trovare il modo di farsi capire? Come fa a capire il linguaggio del bambino? Pensate il bambino di pochi mesi, e la mamma che dialoga col bambino di pochi mesi, come fanno a capirsi? Dietro c'è molto **amore**, e passando attraverso la realtà dell'amore, si riesce a trovare il modo di esprimersi. Questo vale nel colloquio dello psicologo, pensate che cosa si dice ai giovani psicologi, ai giovani counselor che stanno studiando queste tecniche per parlare: *“se tu vuoi bene alla persona con cui stai parlando, la persona se ne rende conto che sei interessato a lei, proprio alla persona. Si rende conto che sei lì per lei, sei lì per comunicare con lei; si rende conto che nel momento dell'incontro, sei contento di incontrarla, se le vuoi bene. Se non le vuoi bene, la comunicazione è più faticosa, più difficile: la persona se sente che ti dà fastidio, se sente che sei lì ma non ne hai voglia, sei lì ma...”*

Provate ad andare all'Ufficio Reclami di qualche cosa. C'era una vignetta: *“Cercasi persona sorda per ufficio reclami”*, mettiamo lì un sordo e siamo a posto: ti sorride, ti guarda e non fa una piega. C'è questa realtà di accogliere volentieri, di essere disponibile, di esserci, e allora ecco che attraverso questo voler bene diventa possibile comunicare, trovare la strada, *“arrivare a...”*. Perché ti interessa, perché l'altro sente che c'è interesse.

Ricordate sempre che **dietro alla comunicazione c'è la relazione**. La comunicazione porta alla relazione, quindi ciò che sostiene la comunicazione è la relazione che c'è dietro. Quando si dice che *“non c'è peggior sordo di chi non vuol sentire”*, che cosa c'è dietro che non funziona? La relazione! Quando arrivano dallo psicologo dei genitori che dicono una cosa che non immaginereste mai: *«Mio figlio non ha voglia di studiare»*. Che cosa devo dirgli? *«Gli dica di studiare!»* - *«Oh ma glie l'ho detto tante volte!»*, allora il problema è un altro! È chiaro che il problema è un altro, è un **problema di relazione**.

Non esiste la frase magica, la parola magica che lo psicologo sa e dice solo a pagamento: *«Pagate ed io vi dico la frasetta magica, e voi la dite ai figli e “zac”, loro cominciano a studiare»*, non esiste! Esiste una relazione che va costruita tra i genitori e i figli, e allora all'interno di quella relazione si può fare un certo discorso. Normalmente i genitori che hanno questa buona relazione con i figli, non hanno bisogno di andare dallo psicologo a chiedere: *«Che cosa devo dire a mio figlio?»*, perché? Perché ci sono arrivati da soli, perché c'è tutta una storia di relazione tra il genitore e il figlio, che fa sì che non ci sia questo bisogno di frasi magiche da dire perché l'altro si metta a studiare.

Questo elemento del voler bene alle persone con cui vuoi comunicare sul serio, è più importante di quanto possa sembrare. Anche perché a volte, le persone con cui vuoi comunicare non sono persone della famiglia, non sono persone con cui uno s'incontra abitualmente, possono essere incontri più occasionali. Ma tu vuoi veramente comunicare con quella persona? Vuoi veramente dire qualcosa? Allora guarda che devi partire di lì, perché se becchi questo elemento, ti rendi conto che riesci a raggiungere la persona in maniera molto più profonda.

Un'altra cosa: è importante **aver chiaro quello che uno vuole dire**. Perché se io non so che cosa dirgli, potete immaginare come glielo dico bene! Cioè io devo sapere che cosa voglio dirgli, se non ho chiaro il concetto, se non ce l'ho ben presente, come faccio a esprimerlo? Tant'è che si dice: *«Prima di raccontare una barzelletta, ripassatela, perché se no, rischi di non ricordare più la battuta finale»*. Sapete la storiella? Il direttore del manicomio vede un matto che sta lavando un gatto e dice: *«Che cosa fai a quella povera bestia? La uccidi se la lavi! Non si lavano i gatti!»* - *«No, direttore, stia tranquillo, non c'è pericolo, non gli farò del male, lo laverò nel modo giusto!»*, il direttore ripassa dieci minuti dopo e lo trova lì che accarezza il gatto morto: *«Ecco, te lo avevo detto io che lo ammazzavi a lavarlo, non dovevi lavare il gatto!»* - *«No, direttore, non è morto mentre lo lavavo, è morto quando l'ho strizzato!»*, questa non l'ho adattata, l'ho ripassata prima;

bisogna ripassarla prima! A volte non me le preparo e come vengono - vengono, a volte me le ripasso prima perché veramente se uno non sa cosa deve dire, poi rischia, nel dirlo, di non arrivare a dirlo.

Infatti **il punto che viene subito dopo al sapere che cosa dire, è: dirlo!** Non vi è mai capitata una persona che dice: «Ti devo dire una cosa...»? La persona comincia a parlare, e uno è sempre lì: «Ma che cosa doveva dirmi? Ma cosa doveva dirmi?», tant'è che quando ci sono i giovani che incominciano a fare le conferenze, io do loro tre indicazioni:

- 1) - Devi sapere che cosa devi dire.
- 2) - Devi dirlo.
- 3) - Stai zitto! Quando l'hai detto, finisci e chiudi. Zitto!

Tre norme che sembrano banali, ma se devi dire una cosa, dilla! Perché a volte (è l'esperienza che porto io, ma penso che l'abbiate anche voi) è proprio quella del dire alla fine: «Ma che cosa voleva dirmi?».

C'è l'esperienza nostra di un Salesiano che è già morto, era una cara persona ma aveva il dono di non far capire quello che doveva dire. Era il socio nel noviziato dentro cui io ho fatto il noviziato (già ad una certa età, sono entrato non giovanissimo) e quando chiamava per dare le informazioni, per dare le osservazioni su una persona, tu restavi lì a parlare con lui dieci minuti, ma o riuscivi a leggere sul suo quaderno, leggere “al contrario”, cioè che aveva scritto, o non capivi che cosa voleva dirti. Il capolavoro di questa persona è capitato quando in un Istituto qui vicino a Torino, i superiori a un certo punto hanno deciso di chiudere il biennio dell'Istituto Tecnico superiore. Lui era il preside, gli hanno detto: «Scrivi a Roma che chiudiamo questo biennio. Scrivi il perché hanno deciso di chiudere, e quindi manda una lettera: la comunicazione ufficiale. Tu sei il preside, comunica che chiudiamo questo Istituto Tecnico». Arriva la risposta da Roma: «Va bene, continuate pure!». Noi ci siamo fatte quattro risate, e abbiamo detto: «Non ci stupisce! Devono aver letto quattro volte la lettera, poi si sono detti: ma che cosa vogliono? Ma vorranno andare avanti? E hanno risposto di continuare pure». Cioè: **dire la cosa che devi dire**, perché se ci giri troppo attorno, rischi alla fine di non fare capire cosa vuoi dire.

Ai nostri tempi, non so se si usa ancora, avevamo l'ufficio UCAS: Ufficio Complicazione Affari Semplici. Il motto di questo ufficio è questo: *“non esiste un affare così complesso e complicato che, con un po' di buona volontà, non lo si possa rendere ancora più complesso e complicato. Si può sempre complicare di più qualcosa”*. Quando le cose sono troppo semplici, allora ecco che si rielaborano in maniera da farle diventare in questo modo.

Per **la semplicità** ci vuole il coraggio di **lasciar andare le cose superflue**, le cose inutili, le cose che non servono. Guardate che non è così semplice! Perché non è così semplice essere semplici? Perché deve essere un'abitudine che uno ha a lasciar andare le cose superflue e inutili. Se uno è abituato a cercare cose superflue e inutili, se uno è abituato a volere cose superflue e inutili, non può pensare: «Però poi quando io parlo, ne faccio a meno», no! Anche quando parla, userà cose superflue e inutili. È un atteggiamento, c'è un'abitudine, è questo che rende difficile il parlare, e in questo caso la caratteristica del parlare semplice. Perché io non posso essere semplice solo in quel momento: «Nel resto della vita sono complicato, nel resto della vita cose inutili, cose superflue; nel resto della vita ci giro attorno; nel resto della vita non ho le cose chiare; ma nel momento in cui parlo, ecco che sono le cose semplici essenziali, senza nessun elemento inutile!» no, non è così.

E' come prima vi dicevo il “*voler bene*”: sono degli “atteggiamenti”, bisogna essere abituati, bisogna coltivare questi atteggiamenti per poterli vivere in quel momento. Se no, uno non riesce a inventarseli di colpo in quel momento.

Un ultimo elemento è quello dell'**essere se stessi**. Una cosa è recitare, la recitazione è “non essere se stessi” ma recitare. Mi è capitato di sentire delle maestre dire ai bambini della Scuola dell'Infanzia che preparavano le loro recitazioni: «Siate spontanei, siate naturali!», no! Devi dirgli: «Recita! Recita! Fa finta!» perché quella è una recitazione. E se tu fai la parte del principe non puoi essere spontaneo, naturale, devi *recitare* la parte de principe, perché non sei un principe. E se fai la

parte del ranocchio, non puoi essere spontaneo e naturale, perché non sei un ranocchio, devi recitare! Sapete la storia di come si fa per catturare i conigli? Basta mettersi davanti alla tana del coniglio e poi fare il verso della carota, e il coniglio viene subito fuori: se uno deve fare la parte della carota, non può essere naturale, deve recitare!

E allora, imparare a recitare è una cosa, quando invece, vuoi comunicare cose importanti, cose profonde, eccetera, allora lì non devi recitare, lì devi essere te stesso, devi essere chi sei realmente. Ma prima, devi **dare fiducia a te stesso**, devi **credere in te stesso**. Perché se uno si sente un buono a nulla, un incapace, un deficiente, come fa ad essere se stesso? Come fa? Non ha il coraggio, non ha la forza. Uno deve aver trovato una profondità dentro di sé, dove ha sentito il suo valore, dove ha sentito la sua realtà profonda, dove ha sentito che merita.

Per un cristiano c'è una strada che è facile per quello, facile per chi ha voglia di percorrerla: *“Ti ha creato Dio, ti ha creato bene, datti fiducia. Dentro di te c'è la positività, dentro di te c'è la preziosità”*. Dio ha creato tutti come opere d'arte, se tu ti senti, vivi questa fede: «Sono stato creato da Dio!» e trovare dentro di te un appoggio per darti fiducia è più facile, lo trovi! Convieni una scelta di fede, almeno in questo campo e tanti altri.

La stima di sé: «Per me il Figlio di Dio ha dato la vita», per ognuno, eh, per ogni persona! Ma se uno sente la realtà dentro di sé: *«Il Figlio di Dio ha dato la Sua vita per me, se io non vedo il mio valore, sono io che non lo vedo, ma il valore c'è!»*, vuol dire che sono io che non riesco a guardarmi nel modo giusto, a guardare dentro di me nel posto giusto, ma il valore c'è!

È anche il lavoro che fa lo psicologo. Quante volte deve aiutare le persone ad avere più stima di se stesse? Resta molto più facile, perché andare a cercare qualcosa sapendo che c'è, è molto più facile che non andare a cercare qualcosa se *“non so se c'è”*. Facciamo un esempio:

- a) - «Non so se ho portato la borsa questa sera, e quindi non so se è qui dentro oppure non c'è», è una cosa,
 b) - «Sono sicuro che sono arrivato con la borsa e l'ho lasciata qui. Adesso la cerco», se io sono sicuro che ho lasciato la borsa in questo locale, la faccio saltar fuori perché, scusate, passo dappertutto e salta fuori. Ma fosse anche solo un foglio, lo faccio saltar fuori. Se invece io non sono sicuro: «Ma forse la borsa non l'ho presa, forse l'ho lasciata in macchina, forse è rimasta a casa... », buonanotte! Non la cerco con la stessa intensità, attenzione, sicurezza di quando dico: «E' qui, deve saltar fuori!»

Allora, quando uno sa che il proprio valore dentro di sé c'è, perché creato da Dio, perché salvato, redento dal Figlio di Dio, va a cercare dentro di sé questo valore, lo trova. Lo fa saltar fuori da qualche parte: «So che c'è, deve saltar fuori!». Questo punto di partenza permette di essere se stessi, nel senso che uno va bene, è **adeguato**.

Uno può essere non adeguato a guidare una capsula spaziale. Non so chi di voi abbia esperienza di voli spaziali e quindi sa come si manovra una capsula spaziale: «Non sono adeguato. Non lo so fare e quindi non mi metto a farlo», ma comunicare, relazionarsi, sono cose per cui tutti siamo fatti per cui questa realtà dentro di me, c'è. Al massimo sono io che non la vedo, sono io che non la trovo, sono io che non vado a cercarla nel modo giusto, nel posto giusto. Allora ecco che questo **essere se stessi nella comunicazione per essere semplici**, diventa possibile perché quel tipo di comunicazione “puoi”.

Prima vi dicevo recitare. Recitare è già un'arte, qualcuno ci riesce meglio, qualcuno non ci riesce proprio; recitare c'è chi lo fa per istinto, e recitare c'è chi è proprio un disastro (ma questa è un'altra cosa). Quando invece, si parla della **comunicazione importante**, lì non si recita, lì bisogna essere se stessi: c'è questa realtà che riguarda la semplicità.

Andiamo avanti e vediamo il **comunicare cose utili**. Che cosa è utile? Ditemi, una barca è una cosa utile? Dipende! Se devo attraversare un laghetto o attraversare un fiume è una cosa molto utile. Se devo attraversare un bosco, la barca nei boschi, si sa, proprio bene di certo non va. “Utile” dipende dallo scopo che si vuol raggiungere; una comunicazione utile, è qualcosa che è in funzione veramente di uno scopo conosciuto, e allora io devo aver presente che cosa è utile comunicare.

Io devo aver presente **che cosa serve all'altra persona**, che cosa serve alla nostra relazione. Perché sia utile devo sapere il punto d'arrivo che io voglio raggiungere. Ad esempio, prima dicevo il ragazzo che non studia, la comunicazione utile deve raggiungere il "suo" risultato, deve essere utile per lui, non deve essere utile per me, per farmi dire: «Ecco io gliel'ho detto! Io sono a posto», no! È **utile** se l'hai detto e raggiunge lui, altrimenti non funziona. Quando vuoi comunicare, l'utile è dall'altra parte, non è dalla tua. Tu comunichi quello che l'altro riceve, non quello che pensi di comunicare: **l'altro deve capire!**

Mi viene in mente un film della Pantera Rosa con l'Ispettore Clouseau: arriva una donna cinese in Commissariato, e per due o tre minuti parla in cinese e lui e l'altro poliziotto, sono lì che guardano; questa donna dopo aver fatto il suo discorso se ne va. Alla fine lui risolve il caso e gli altri gli chiedono: «Ma come hai fatto?», e lui: «Lo aveva detto quella donna là, non avete sentito?», evidentemente prendeva in giro una parte degli ascoltatori che non avevano capito niente e pensavano che neppure lui avesse capito niente e invece lui aveva capito tutto.

C'è questa realtà dell'**altro che deve capire**, è una questione di sensibilità. Facciamo un esempio: i bambini giocano con le figurine. Il gioco delle figurine va avanti da secoli, non si sa se andrà ancora avanti molto, ma è possibile; la raccolta di figurine ha un impatto particolare sui bambini. È una cosa, potete immaginare, abbastanza banale. Se tu a un bambino disprezzi le figurine: «Le figurine non valgono niente, studiare è quello che vale, che serve!», non avete comunicato in modo utile al bambino, perché lui, è convinto della validità della raccolta delle figurine, della bellezza delle figurine. Se gli dite: «Le figurine non valgono», lui che cosa pensa? «Questa persona non sa che cosa è importante, non sa che cosa vale. Ha disprezzato le figurine!».

Disprezzate i cartoni animati? Ce ne sono di belli e ce ne sono anche di meno interessanti, di meno belli. Se un cartone gli piace e voi glielo disprezzate perché magari dall'alto della vostra cultura, della vostra maturità, vedete come questo cartone vale poco, non è ben disegnato, non è ben animato, non dice delle cose importanti: a lui piace e voi glielo disprezzate. Lui dice: «Questa persona non sa che cosa è bello, non sa che cosa vale». Dopo di che gli dite che studiare è importante, che studiare vale, e il bambino pensa: «Sì, ma questa persona non sa mica cosa è importante. Non sa mica che cosa vale. Mi dice che lo studio vale, però mi ha detto che quel cartone là, non vale, mi ha detto che le figurine non valgono, e son due cose che valgono. Poi mi dice che lo studio vale! Ho capito: bisogna girar tutto al contrario, quindi lo studio non vale!», uno gli ha comunicato quello! Guardate che il fatto di **comunicare una cosa diversa da quello che uno voleva comunicare**, non è così difficile, non è così impossibile.

Facciamo un altro esempio, andiamo sui bambini dove gli esempi sono più facili, ma i problemi poi sono tra adulti, eh! C'è un bambino che gioca in un angolo della stanza; io vedo che poco più in là c'è una presa della corrente elettrica, e gli dico: «Guarda che non devi infilare il dito dentro la presa della corrente elettrica», sapete che cosa gli ho comunicato in realtà? «*Perché non provi a infilare il dito?*», questa è la vera comunicazione che io gli ho dato! Perché nel dirgli «Non devi infilare il dito», lui deve essersi fatto l'immagine mentale di lui che infila il dito: "no, non deve!". Ma "non deve", ci vuole il tentativo, deve avere l'immagine mentale del mettere il dito dentro alla presa della corrente. **Quando si comunica al bambino che non deve fare qualcosa**, tenete sempre presente che **gli state dicendo: «Guarda che lo potresti fare»**. Ma è vero! Guarda che lo potresti fare!

Questo vale nella comunicazione anche con gli adulti. Non so se vi ricordate: una volta girando per le strade c'era un cartello che poi è sparito, "Divieto di svolta"; in teoria c'è ancora nell'elenco dei cartelli, c'è una svolta a destra sbarrata: "Divieto di svolta a destra", "Divieto di svolta a sinistra", e così via. Perché hanno tolto quel cartello? Perché la comunicazione vera di quel cartello era: "guarda che tu potresti girare a destra, ma non devi farlo"; ma la prima parte, è "*potresti girare a destra*" e dopo viene: "*non devi farlo*".

Adesso trovate una freccia a destra e una freccia a sinistra e basta. Cosa vuol dire? "Io so che posso o andare dritto o girare a sinistra; se c'è una strada a destra so che non devo imboccarla", ma

è secondario quello: «So tra quali alternative posso scegliere». Guardate che dietro c'è una psicologia del traffico che studia queste cose, e che ti aiuta, ti facilita, ti comunica che puoi andare dritto o puoi andare a sinistra, scegli tu, fai quello che vuoi, ma solo tra queste due alternative. Tutte le altre ignorale! Allora **la comunicazione che uno trasmette reale, è quella che l'altro riceve**. Come faccio a sapere che cosa l'altro riceve? Datti da fare! Perché la vera comunicazione è quello che l'altro riceve, non quello che tu pensi di comunicare: quello che l'altro riceve resta comunicato.

La **comunicazione utile è quella che raggiunge lo scopo**, e lo scopo lo raggiungo comunicando nel modo in cui l'altro, sente e riceve, quello che io voglio che riceva. La comunicazione non è tanto: «Io sono convinto che...» ma è: «Ma l'altro che cosa pensa? Di che cosa si rende conto? Che cosa capisce l'altro?». Io posso dirti che sono estremamente deciso, sono estremamente sicuro, che io sono convinto... ma, invece, lo dico in un modo che gli altri pensano: «Ma quello non è convinto, non è sicuro, non sa quel che vuol dire!». Io devo sapere che faccio giungere all'altro una comunicazione che è più complessa delle semplici parole che uso.

Adesso non facciamo di nuovo tutta la teoria della comunicazione, perché ne abbiamo già parlato. La comunicazione è composta da una parte verbale, di parole, ma anche di una parte non verbale che cambia il significato di quello che uno dice, cioè, lo rinforza, oppure lo fa diventare un altro significato, secondo appunto, come corrispondono le comunicazioni. Allora comunicare in maniera utile, vuol dire: «Che cosa voglio raggiungere?», aver chiaro cosa voglio raggiungere, e poi raggiungerlo effettivamente! Ad esempio, Don Bosco ci teneva a comunicare ai suoi ragazzi l'impegno della santità, l'importanza della santità, e allora dava delle indicazioni utili che arrivassero loro. L'indicazione che dava è: «*State allegri e fate il vostro dovere*», punto! Tant'è che Domenico Savio dice: «Ma come? E' così semplice? Basta questo?» - «*Sì, basta questo!*». Ha comunicato delle cose utili, perché sono cose che uno sa come fare, sa come raggiungere e nello stesso tempo almeno stare allegri, è invogliante; il dovere, a volte più a volte meno, però l'utilità del proprio dovere la potevano conoscere e quindi c'era questa comunicazione profonda. Don Bosco, il giorno della sua prima Messa, aveva chiesto come dono a Dio, quello del comunicare in maniera efficace, **il dono di comunicare bene**: evidentemente l'aveva ricevuto, perché sapeva comunicare ai giovani, ai ragazzi.

Ho notato una cosa, quando un insegnante comincia la sua carriera comunica prima di tutto le cose che sa. Allora tu devi fare 3 crediti, 4 crediti, 5 crediti di questa materia. Cinque crediti da noi vuol dire 40 ore di lezione frontale: $5 \times 8 = 40$ sono 8 ore per ogni credito, e l'insegnante trova 40 ore per "cose che sa" da dire. Poi man mano che va avanti, allarga le sue conoscenze, fa delle ricerche, approfondisce dei nuovi studi. Ed ecco che sa più cose che non 40 ore, sa parlare per 80 ore e allora deve fare una scelta. L'insegnante a questo punto fa una scelta delle cose importanti: «Io avrei cose da dirvi per 80 ore, ma adesso ho solo 40 ore, quindi, vi dico le cose più importanti». Quando quell'insegnante approfondisce ancora, studia ancora, impara cose di cui potrebbe parlare per 120 ore, che cosa sceglie per dire in quelle 40 ore? **Sceglie le cose utili**. Si dice proprio, che la crescita dell'insegnante è passare dal dire *le cose che sa*, al dire *le cose importanti*, al dire *le cose utili*. Il punto d'arrivo son le cose utili perché quelle servono agli allievi più dei tutte le altre.

Abbiamo ancora un tipo di comunicazione utile, da impostare in maniera utile: sono **le comunicazioni faticose, le comunicazioni difficili**. Ad esempio, devo dire all'altro qualcosa di spiacevole, capita! La psicologia dà tre indicazioni su questo tipo di comunicazione, in maniera che sia una comunicazione utile:

Primo punto: sembra ovvio, banale: **parla alla persona interessata**. In piemontese c'è un detto: "parla alla suocera perché la nuora intenda" cioè di non parlare alla persona interessata ma di parlare a un altro perché gli arrivi la cosa, ma non è bello, no! Non è bella la comunicazione in questo modo! Se vuoi comunicare una cosa in maniera che la tua comunicazione sia utile, che raggiunga lo scopo che vuole raggiungere, parla alla persona interessata.

Secondo punto: **fai dei riferimenti a fatti precisi, a momenti precisi**. Ad esempio, devo dire a Gigetto che guida la macchina da delinquente: «Ieri, quando siamo usciti assieme in macchina...

ieri, l'altro ieri, stamattina, quando ti ho visto uscire in macchina....», elemento preciso, quindi la cosa esatta. C'è il problema di una persona che non tratta bene, che tratta in maniera brusca, eccetera: «Prima, quando ti ho visto parlare con...», ecco: il riferimento al momento esatto, alla cosa esatta. Dunque primo punto: la persona giusta, interessata; secondo punto: il riferimento alla cosa esatta.

Terzo punto: è il più interessante, **autocentrato**, cioè, non: «Guidavi da delinquente», ma: «Io ho avuto paura. Ieri, quando ero in macchina con te, io ho avuto paura. Come guidavi mi ha fatto venire paura» - «Ti ho visto uscire stamattina in macchina, mi è venuto paura che tu non arrivassi a destinazione» - «Prima, quando ti ho visto parlare in maniera così brusca, ci sono stato male» - «Ci sono stato male a veder trattare quella persona così. Ci sono stato male alla tua violenza, alla tua arroganza» - «Ci sono stato male a come parlavi. Io ci sono stato male, io ho avuto paura, io mi sono vergognato, io mi sono sentito fuori posto», e così via, secondo quello che devo comunicare. Questo vuol dire autocentrato, vuol dire: **ti dico che cosa io ho provato di spiacevole**, che è vero, che si suppone che io stia dicendo la verità: «Ho provato quello».

Perché questo sistema di comunicare? Perché in questo modo, io do all'altro un elemento indiscutibile. Non può dirmi: «Non è vero che hai avuto paura»; non può dirmi: «Non è vero che ti sei sentito vergognare», e così via. Ma gli do anche la possibilità di dire: «Affari tuoi! Per me va bene così!». Mi devo fermare lì! Posso solo arrivare fin lì. Perché se io seguo la strada che viene più istintiva a qualcuno: «Ecco, guidi da criminale!» - «Sei un maleducato», eccetera, io sposto l'argomento, lo sposto sul giudizio che io do di lui. Lo sposto su un problema: *“io giudico te!”* Che normalmente dà fastidio, che normalmente porta la persona a dire: «Guarda come guidi tu, guarda come tratti tu», e avanti di questo passo.

E allora **utile**, quando la comunicazione è faticosa, vuol dire puntare a raggiungere il risultato. La strada più valida, e quindi più utile, che psicologia ha trovato è questa. Tenete poi conto che il sistema per convincere non esiste. Torniamo a quello: «Studia!»,.

Vediamo l'altro elemento della **comunicazione profonda**. Noi siamo fatti a diversi livelli dentro di noi, ci sono livelli più superficiali e ci sono livelli più profondi dentro la nostra realtà, cose superficiali che possono anche essere utili! Prima dicevamo come si puliscono le carote, può anche essere utile, vanno di moda tante trasmissioni televisive sulla cucina, eccetera! Possono anche essere utili, ma certo non sono cose profonde cioè non sono quelle che determinano la qualità della tua vita.

Le cose profonde sono quelle che ti cambiano la vita, che rendono la tua vita migliore, **quelle che ti fanno sentire realizzato**, quelle son le cose profonde. Le cose superficiali sono cose che possono anche essere utili ma se non le so, se non le uso, non capita niente di grave sono cose superficiali. Cose profonde invece mi cambiano la vita, è importante che io me ne renda conto. Ad esempio, un elemento fondamentale nell'educazione è **il progetto di sé**. Guardate che sto parlando dell'**autoeducazione**, non dell'educazione dei figli o dell'educazione degli allievi, sto parlando dell'educazione di sé. Un progetto di vita, quello è un elemento profondo nella tua vita, nella vita di ognuno di noi, se tu vuoi comunicare qualcosa di profondo, deve essere qualcosa che va a toccare il progetto di vita.

Vi ricordate una delle tante conferenze in cui avevo parlato del **rapporto con se stessi**, che è il primo rapporto, la prima comunicazione che io ho, quello che io mi dico, quello dove io mi conduco, come io gestisco me stesso? La prima comunicazione profonda è con me stesso; la prima comunicazione profonda deve essere con se stessi, con me. La comunicazione profonda è proprio il mio progetto di vita. Qual è il mio progetto di vita? Che cosa voglio realizzare? Che cosa voglio raggiungere? Dove voglio andare io, nella realtà della mia vita? La comunicazione profonda è qualcosa che arriva a cambiare qualcosa nella mia vita perché mi dico: «Allora questa relazione va corretta così; va cresciuta in quell'altro modo; va fatta crescere in quell'altro modo», mi dico: «Queste mete sono da raggiungere, questo problema va risolto; il mio problema va risolto!».

La comunicazione profonda parte dalla conoscenza delle cose profonde. E' quella conoscenza per cui si scende dentro di sé, prima di tutto, e poi dopo "puoi". Mi viene in mente un altro fatto di Don Bosco: aveva 65 – 68 anni quando, parlando con i Salesiani, diceva: «Io ne ho avuti tanti aiuti dal Signore nel capire come parlare ai ragazzi in Confessione, come aiutarli durante la Confessione. Solo adesso ho capito delle altre cose, eppure ne avevo già capite tante». Che cosa vuol dire? Uno psicologo che legge questo dice: «Guarda, se è arrivato a capire delle altre cose da comunicare, cose profonde da trasmettere ai ragazzi, vuol dire che stava facendo un lavoro su di sé. Vuol dire che dentro di sé, lui si chiedeva: *ma che cos'è importante per me? Profondo per me? Cos'è che devo andare a muovere dentro di me, nella mia profondità?*». Lo psicologo dietro quella battuta legge quello: "stava lavorando su di sé, e quindi, si rendeva conto di cose profonde e quindi, si rendeva conto di come comunicare in maniera profonda".

Questo cammino della profondità comincia da se stessi. Vedete, questa sera io ho pensato: «Farò un discorso semplice, utile, profondo», un discorso profondo però è complesso, può essere detto in maniera semplice; possono essere cose utili, ma per essere profonde hanno questa complessità perché richiedono **un lavoro delle persone su se stesse**, altrimenti non arrivi a quei livelli, a quelle realtà.

Comunicazione superficiale: pensate tante volte alla TV senti che parlano, ma ti rendi proprio conto che stanno dicendo cose banali, superficiali; altre volte senti qualcuno che parla e ti rendi conto che sta dicendo cose profonde, ma coglie questi elementi profondi chi è abituato a un lavoro di profondità. E non è solo questo: è sufficiente la buona volontà, perché anche con un bambino potete parlare di cose profonde, e il bambino le percepisce che sono cose profonde. Se chi gliene parla parte dal suo profondo, parla dalle realtà profonde della sua vita e ne parla al bambino, il bambino le percepisce, si rende conto e cresce dentro di sé. Non solo la comunicazione profonda con i bambini, con gli allievi, ma anche la comunicazione tra adulti: quando è una comunicazione profonda, le persone vivono una realtà diversa.

Sicuramente nella vostra vita avete l'esperienza di questi momenti, con qualcuno vi siete consultati a livelli profondi, avete avuto una comunicazione profonda e, se tornate indietro con la memoria, vi rendete conto di come funzionavate in quel momento: "veramente c'era un qualcosa che viaggiava!" E vi posso dire qualcosa in più: io lavoro in un ufficio, e anche l'attività di psicologo e psicoterapeuta la faccio nello stesso ufficio di Presidenza della Facoltà di Psicologia; capita che qualcuno bussa, entra, si rende conto se stiamo parlando di organizzare un'attività (che è una cosa tutto sommato superficiale) o se stiamo parlando di cose profonde per la persona, senza sentire niente, eh! Solo dal clima che c'è!

Me l'hanno rimandato più di una volta: «Sono entrato, ma mi son reso conto che era un colloquio importante, che era un colloquio di psicologia, che era una psicoterapia», ma non ha sentito nessuna parola! Che cosa ha percepito? Non lo so, però l'ha percepito! E magari anche voi avete fatto questa esperienza di rendervi conto che *c'era qualcosa nell'aria*, magari voi eravate di troppo. Vi siete resi conto che quelle persone stavano comunicando a un livello profondo, voi non c'entravate e dovevate ritrarvi. È interessante! E se dovessi dire che cosa è, non saprei che cosa è, eppure percepisci la comunicazione profonda tra delle persone.

Un'altra esperienza che la psicologia ha rilevato molto bene: il setting. Il setting è il posto dove si svolge il lavoro di psicologia. Prendiamo il gruppo; il gruppo si incontra, ci sono degli ambienti apposta da noi per questi lavori di gruppo. Quando una persona è venuta lì 5 – 6 o anche 10 volte, o anche di più a fare un lavoro di psicologia su di sé, sente in quel posto un qualcosa di particolare. Vi racconto che cosa ho visto: le persone entrare, in altri momenti, e non attraversare la stanza *dritto*, ma fare il giro attorno per non entrare nel setting dove si lavorava; le sedie in cerchio: «Non attraverso il cerchio, io faccio il giro attorno», perché è rimasto qualcosa di profondo lì. Oppure entrare e dire: «Sento l'emozione di essere qui dentro», ma è una stanza! Sì, ma in quella stanza ho vissuto relazioni profonde, quindi è rimasto qualcosa che non sappiamo.

Io non credo nella magia, io credo alle dimensioni profonde dell'uomo che noi non conosciamo ancora perfettamente. Ricordo che da giovani andavamo a Cuneo, da Padre Gasparino alla Città dei Ragazzi, a pregare. Abbiamo fatto gli Esercizi spirituali più di una volta. Stavamo lì una settimana ma ogni volta, quando si andava in chiesa, qualcuno della Comunità andava cinque minuti prima in chiesa a cominciare a pregare, in maniera che quando arrivava il gruppo ci fosse già *il clima della preghiera*. Che cosa vuol dire clima della preghiera? Non lo so, ma so che c'era! Me lo ricordo bene, perché se c'è qualche emozione che io ho provato forte nel tipo che vi dicevo del setting, è quello della preghiera! Del ritrovarmi in quel posto a pregare con tutta una percezione dell'ambiente, delle cose profonde vissute lì in quell'ambiente.

E allora, la profondità c'è! Non saprei definirla, non saprei spiegarla, faccio riferimento alla vostra esperienza per dire *“trovatele dentro di voi queste realtà, perché ci sono, sono reali”*. La profondità, vuol dire muovere cose significative, muovere cose grandi. Ad esempio, vi dicevo prima in pedagogia, il progetto della propria vita, in psicologia è la conoscenza, la profondità, conoscere se stessi. Ricordate la filosofia antica: **“conoscere se stesso”**; una volta era la filosofia che portava avanti la psicologia. Conoscere se stessi è un cammino che non finisce mai, perché? Perché c'è una profondità nella quale uno va sempre avanti. E quelli che sono andati più avanti, dicono: *“eh, ce n'è ancora! Ce n'è ancora di realtà da percepire, scoprire dentro di sé, animare, attivare, vivere dentro di sé”*. In campo religioso invece la profondità è la relazione con Dio.

**La profondità in campo pedagogico è un progetto,
in campo psicologico è la conoscenza,
in campo religioso è la relazione con Dio.**

L'intimità con Dio ci fa molto paura; ci attrae, perché l'intimità è una delle attrazioni della vita adulta. Un bambino non ha percezione, vive l'intimità con la mamma prima di tutto, ma l'intimità è una realtà profonda che scoprirà un po' per volta nella vita, se la scopre. È una realtà da portare avanti ancora nell'età adulta, sempre. L'intimità con Dio, attrae e spaventa, e fa paura. Quello è il profondo nel campo religioso, vivere questa relazione con questa caratteristica di intimità. E allora, comunicare profondamente vuol dire toccare questi argomenti, partire da questi punti, vivere queste realtà.

E dunque, comunicazione semplice, utile, profonda: la cosa che faremo tutti molto semplicemente, molto comunemente! E il guadagno qual è? **Il guadagno è la crescita nostra** prima di tutto. Perché quando noi comunichiamo ad altri in maniera semplice, utile e profonda, la prima persona che ci guadagna da questa comunicazione, siamo noi, ci guadagna la nostra crescita, cresciamo noi nel comunicare in questo modo. Ed è anche il modo che aiuta di più l'altro a crescere, che facilita la crescita dell'altro ma l'altro potrebbe anche rifiutare, chiudere.

Scusate, Dio parla con noi in maniera molto semplice, molto utile, molto profonda, e noi possiamo chiudere la comunicazione e non ricevere niente, e non guadagnarci niente. Quindi anche quando noi comunichiamo l'altro può chiudere. Mi dispiace, però un guadagno è garantito: il mio! Il proprio guadagno è garantito. E allora ecco che conviene questo tipo di comunicazione.

Volevo lasciare un po' di spazio per una comunicazione da parte vostra di cose da chiedere, di cose da sapere, da risolvere.

Domanda: *sulla comunicazione nelle trattative commerciali, sull'ascolto, sul dialogo, su costruire un rapporto complesso.*

Risposta: io ho poca esperienza nel campo, anche se da giovane son partito come ragioniere, però un ragioniere che gestisce una contabilità, non che gestisce un commercio. Direi che un elemento è quello di superficialità, normalmente se si tratta di oggetti, sono cose che per quanto siano importanti non sono la profondità della vita; sono utili, servono, eccetera. ma non hanno quella profondità, e questo mette un po' il problema. Un altro elemento critico di questo rapporto, il fatto che la somma è uno, cioè, se ci guadagna di più uno, ci perde l'altro e non possono guadagnarci

tutt'e due. La situazione è quella: mentre in campo psicologico, in campo spirituale, ci possono guadagnare tutti, lì invece c'è un contrasto d'interesse.

Non ho mai approfondito questo, io credo che l'aspetto di fiducia, che il cliente "*sente che può fidarsi dell'altro*" sia importante e che parta da una realtà profonda di chi vende: quello del *comunicare fiducia*. E' anche vero che è il principio dell'imbroglio comunicare fiducia! Ve lo avevo già raccontato il test: cinque fotografie di cinque persone, indovinare qual era la loro attività reale. Tra questi cinque c'era un imbroglione pluricondannato per imbrogli, nessuno ha detto che era un imbroglione, e l'hanno classificato o direttore di Banca o docente universitario. È proprio il contrario: è proprio una persona che ti dà fiducia perché se arriva uno con l'aria d'imbroglione, ma mi dite chi imbroglia?

Vi avevo già raccontato il fatto capitato a Torino, di uno che batteva la Provincia di Torino e imbrogliava, girava nelle famiglie di persone semplici. Una volta diceva che era della RAI per controllare il canone della TV, naturalmente non era a posto, faceva pagare una multa. Una volta era dell'ENEL, eccetera, insomma trovava sempre il modo di far pagare delle multe. Poi la transazione: «Guardi, se invece di pagare all'Ente, ... la paga direttamente a me, le faccio uno sconto», e vai! Un imbroglione! E non riuscivano a trovarlo, ma il fatto è che questa persona, a detta di tutti quelli che avevano sporto denuncia, pesava almeno 180 chili. era veramente una persona obesa, come mai non riuscivano a prenderlo? Perché era una persona molto visibile. Tutti pensano che l'imbroglione sia una persona invisibile, che sia una persona che sfugge, una persona che non si nota, e invece alla persona che si nota gli dai fiducia. Una persona così, come fa a essere un imbroglione, uno grasso così? Lo notano tutti, quindi non è lui!

Raccontavano, e questo me l'ha confermato uno che aveva partecipato all'operazione, che una mattina hanno bloccato a Porta Nuova, perché sapevano che costui si spostava anche in treno, hanno portato dentro tutte le persone grasse, e hanno trovato costui con 4 – 5 carte d'identità diverse, eccetera. Ma per dire che l'imbroglione, non ha la faccia da imbroglione (chi ha la faccia da imbroglione non imbrogli nessuno) ha la faccia della persona onesta.

Al di là di questo, io credo che se uno è attento possa percepire la fiducia a un livello più profondo. Certo che se io dialogo con una persona che non è abituata a scendere in profondità dentro di sé, è una persona esposta all'imbroglio quella. La persona che non è abituata a scendere profondamente dentro di sé, non percepisce così facilmente se quello che ho davanti è profondo o se recita. Non lo percepisce, e quindi è esposto a essere imbrogliata. Mentre chi è abituato a scendere in profondità dentro di sé, percepisce se l'altro, pur facendo il suo interesse (perché è chiaro che chi vende fa il suo interesse) fa anche il mio. Perché a me va bene prendere quell'oggetto a quel prezzo, e allora l'affare lo facciamo tutti e due. Mi dispiace, sono molto limitato in questa risposta, non ho una riflessione in merito.

Interlocutore: *...la disponibilità, il rapporto di fiducia, l'essere troppo propositivo. La difficoltà di capire se hai parlato troppo, troppo poco, se ha capito quel che gli hai detto.... Ci sono delle tecniche?*

Risposta: so che ci sono delle tecniche. Tutta una serie di tecniche sono sulla linea dell'imbroglio, del condizionamento dell'altro, del vendere illusioni, vendere sogni, vendere fumo. Qualunque cosa si venda, uno può vendere un'idea dietro, anche dietro un oggetto, e queste tecniche non mi piacciono. Ci sono invece degli altri studi di psicologia che io non ho mai approfondito, perché non avevo questo interesse, dove invece vanno sulla **percezione dell'andare dietro all'altro**; sono sulla linea: "*io vengo dietro l'altro, gli vado dietro. Mi rendo conto dove sta andando lui, gli vado dietro, allora gli do soddisfazione*", ecco so che ci sono questi studi diversi.

Io posso, come psicologo, dirle: legga dentro di sé, quali sono gli elementi che funzionano più o meno, in maniera da farsi un'esperienza. In maniera da, un po' alla volta, percepire dentro di sé, dentro di lei: «Ecco questo gira così, questo gira così».

Domanda: *sul non dire al bambino: «Non devi mettere il dito nella presa elettrica», quell'informazione come si doveva dire?*

Risposta: se c'è un pericolo, lo prendi e lo sposti, non lo lasci lì. Se puoi ridurre il pericolo con un pezzo di scotch sopra o con un copri-presa, senza dir niente, va bene così! Altrimenti puoi dirgli solo: «Gioca in questo modo, divertiti così», eccetera. Devi andare **su cosa deve fare, non su cosa non deve fare**. «Non infilarti tra le sbarre della ringhiera del balcone, che caschi sotto», e intanto se lui non ci aveva pensato, gli hai fornito l'idea che gli mancava. Perché quando gli hai detto: «Non infilarti... », lui ha dovuto immaginare se stesso che si infilava, gli hai fornito l'informazione..

Quando si dice che tante informazioni radio, televisione, eccetera. di crimini, di delinquenza, favoriscono questo, è vero! Perché se qualcuno non ci aveva pensato, ci pensa: «Ah, ma guarda, si può anche fare...». Quindi tutta la cronaca nera, fa del male, però gente la cerca. Se uno fa una pubblicazione di cronaca bianca di cose belle... c'è meno interesse. Se uno invece mette giù avanti lacrime, sangue...

Nei giornali ci sono anche notizie belle, però loro lo sanno che c'è poco interesse. C'è il detto del Sermig: “fa più rumore un albero che cade, che una foresta che cresce”, è così!

Bene, allora io vi auguro tante comunicazioni semplici, utili e profonde, e arrivederci!

Grazie