

CIRO IMPARATO
LA TUA VOCE PUÒ CAMBIARTI LA VITA
Sperling & Kupfer

FourVoiceColors 4 emozioni 4 tipi di voce 4 colori: parlare a colori diventerà un gioco entusiasmante con effetti straordinari sulla vita sia sociale sia professionale

"La voce è il primo mezzo di comunicazione e Ciro Imparato sa interpretarla e trasmetterla, insegnare a leggerla e a scriverla." Giorgio Paletti

"Il metodo è immediato, facile e soprattutto molto efficace. E Ciro è tremendamente abile a metterti nelle condizioni di ottenere ciò che desideri dalla tua voce." Livio Sgarbi coach e autore di Istruzioni per vincere

"Ciro Imparato è maestro riconosciuto nell'arte dell'uso della parola a servizio di una comunicazione aziendale incisiva e convincente." Gianfranco Carbonato Presidente Unione IndustrialeTorino

Dedico questo libro a mio figlio Diego, che tutti i giorni è per me il migliore esempio di voce felice.

Introduzione

Il motivo per il quale ho scritto questo libro ha origine in un sogno che nutro fin da quando ero bambino: aiutare le persone a capirsi di più, a sorridere, ad amarsi, a stare bene insieme, a condividere obiettivi e successi. Mi piace poter pensare di contribuire, nel mio piccolo, al miglioramento della vita di chi incontro. A quindici anni lessi Che cos'è la psicologia di Pierre Daco. Da allora tutta la mia vita, studi universitari compresi, è stata tesa all'analisi del comportamento umano, alla ricerca del perché della gioia, del successo, della motivazione.

Parallelamente, nello stesso periodo ebbe inizio la mia attività di professionista della voce. Radio, doppiaggio, pubblicità, presentazione di eventi, fiction.

Nel 1990 le due strade si incontrarono e cominciai la mia carriera di formatore. Un formatore un po' atipico perché, a differenza del solito insegnante di dizione, fin da allora mi occupavo di migliorare la voce delle persone attraverso la psicologia.

Presto mi accorsi che spesso capitava anche il processo inverso: le persone miglioravano la loro vita attraverso il miglioramento della voce. Grazie all'aumento dell'autostima, infatti, molte persone timide dopo una giornata di corso si scioglievano e cominciavano a sorridere; altre ancora, pessimiste e deluse, arricchite da una voce comunicativa riprendevano a sognare.

Grazie ad un'intuizione, da qualche anno la mia vita è cambiata ulteriormente e insieme alla mia anche quella di tutti coloro che sono stati in aula con me. L'intuizione è diventata un metodo che ho chiamato FourVoiceColors(r).

Questo libro vi insegnerà a parlare a colori.

State per scoprire un mondo inesplorato che fa parte di voi da sempre e che non conoscete perché nessuno ve ne ha mai rivelato l'esistenza. Quando sarete più consapevoli della vostra voce, vi sembrerà di aver scoperto un tesoro. Sarà come avere più soldi in banca, sarà come parlare una nuova lingua in poche ore. Vi sentirete molto più sicuri di voi stessi.

I concetti originali del metodo FourVoiceColors(r) vi sveleranno in maniera facile e divertente come migliorare la vostra voce fin dal primo momento. Non appena avrete capito quale potere possiede una voce in grado di trasmettere emozioni, avrete nelle vostre mani uno strumento che potrà modificare in meglio tutte le vostre relazioni e vi chiederete come mai non ci avete pensato prima.

Mi raccomando però, fate anche voi la vostra parte. Cercate di usare i numerosi esempi che troverete come spunti per migliorare la vostra vita. Migliaia di persone hanno avuto modo di provare questo metodo in aula con me e tutte sono rimaste meravigliate per la semplicità con la quale hanno potuto potenziare la loro espressività e, con questa, tutte le loro relazioni. Tutto ciò che c'è da sapere è già dentro di voi: si tratta solo di farlo emergere. Leggendo il libro e ascoltando il CD allegato avrete l'opportunità di "riprogrammare il modo in cui usate la voce" scoprirete che ogni voce può essere più bella e cambiare radicalmente.

La voce è uno strumento potentissimo, più di quanto si possa pensare, e ve lo dimostrerò.

Tutti desideriamo migliorare il modo in cui gli altri ci percepiscono: di solito lo facciamo agendo

sull'estetica. Le persone ci dicono: "Quell'abito esalta la tua figura", oppure "Ti sta bene questo taglio di capelli", o ancora "Che bell'orologio, accresce la tua eleganza", o "L'abbronzatura ti dona", e così via. In altre parole, la nostra immagine migliora solo perché è legata ad un aspetto estetico: posso scindere una persona dal vestito che indossa.

Sapete invece cosa succederà quando alla fine del libro avrete migliorato la vostra voce? Le persone vi diranno: "Non so cos'hai ma mi sembri più affascinante", oppure: "Non so quale sia il motivo ma hai acquisito sicurezza, mi fido di te". In altre parole migliorando la vostra voce migliorerete ciò che siete. Non ciò che avete.

Migliorare la voce significa incrementare la propria immagine per sempre.

Quando parlate al telefono la gente immagina come siete vestiti cercando di dedurlo dal suono della vostra voce. Credetemi: nella vita vale molto di più avere una "voce firmata" che un intero guardaroba.

E, soprattutto, costa decisamente meno.

Ecco le basi su cui ho costruito il metodo:

- quando parliamo non usiamo una sola voce, ma sei voci diverse delle quali non siamo consapevoli le sei voci trasmettono emozioni (quattro positive e due negative), a loro volta identificabili attraverso l'associazione ai colori
- ad ogni voce corrisponde un'emozione, ad ogni emozione un colore e ad ogni colore un particolare stile di comunicazione
- ognuno di noi è caratterizzato da uno stile di comunicazione prevalente che tenderà ad usare in ogni circostanza limitando così le sue potenzialità comunicative (per esempio, chi ha come stile prevalente la simpatia avrà facilità a conoscere persone nuove ma difficoltà ad entrare nel profondo)
- l'uso sbagliato della voce causa il daltonismo vocale, che si verifica quando la nostra voce trasmette un'emozione mentre le parole ne trasmettono un'altra
- il daltonismo vocale è causa di moltissimi problemi e incomprensioni.

Classici esempi di daltonismo vocale sono il politico che espone il suo programma con una voce che ispira freddezza, oppure il medico che nel parlare con il paziente usa una voce autoritaria (non empatica) generando così distacco e mancata adesione alla terapia.

FourVoiceColors(r) non è una nuova teoria sulla comunicazione, ma un metodo per migliorarla che agisce guarendo il daltonismo vocale.

Il grande potere che contraddistingue la voce è che arriva direttamente all'inconscio del nostro interlocutore, senza filtri, senza razionalizzazione. Nel bene e nel male. Attraverso la lettura del libro imparerete a ripensare al modo in cui comunicate, suddividendolo in quattro grandi macroaree legate ad altrettante emozioni. Ad ognuna delle quattro emozioni corrisponde un particolare tipo di voce che apprenderete a riprodurre ascoltando i supporti audio nel CD allegato e facendo esercizio.

FourVoiceColors Nel corso del tempo imparerete ad usare la vostra voce intonandola alla situazione che state vivendo, rendendo più efficace il modo in cui parlate e dando quindi uno slancio alla vostra vita. Leggendo il libro e facendo pratica, comprenderete che generare con la voce una particolare sequenza di emozioni aiuta ad ottenere fiducia e consenso. Infatti, quando creiamo negli altri emozioni positive, il feedback che ci viene restituito incrementa la nostra autostima e, con questa, la soddisfazione della nostra vita. Ricordate: per comunicare con successo non è sufficiente avere una bella voce, bisogna saperla usare nelle varie occasioni e soprattutto divertirsi.

Come vi dicevo, il metodo FourVoiceColors(r) nasce dalle mie singolari esperienze lavorative. Il fatto di essere contemporaneamente un doppiatore e un formatore mi ha consentito di evidenziare una grossa lacuna nella didattica della comunicazione: chi insegna public speaking non insegna ad usare la voce chi insegna a migliorare la voce non insegna come usarla nella vita.

Infatti, uno psicologo della comunicazione sa bene come si comunica e ha la certezza di essere un esperto dell'argomento. Ma se parlate con un attore o un presentatore, vi dirà la stessa cosa. Eppure, le competenze dello psicologo sono solo relativamente attinenti a quelle dell'attore, e viceversa. È come se ognuno dei due possedesse soltanto una parte del codice.

Questo libro è stato scritto per cercare di colmare questa lacuna e rappresenta il tentativo di operare una sintesi fra il codice degli psicologi e quello degli attori, creando un nuovo modo di comunicare che tenga conto di entrambi gli aspetti.

PARTE PRIMA

Empower your voice

Il potere della voce "Con questo metodo conoscerai e approfondirai aspetti teorici e pratici applicabili alla realtà quotidiana. Con esempi molto concreti potrai verificare una serie di verità che prima non avevi neanche lontanamente immaginato esistessero. Scoprirai le tue potenzialità nascoste. Puoi davvero cambiare te stesso diventando più efficace." Riccardo

Un mondo inesplorato La voce è il suono che gli esseri umani emettono facendo vibrare le corde vocali - situate all'interno della laringe - il cui primo scopo, paradossalmente, non aveva nulla a che vedere con la voce. Quando sono in posizione di chiusura, infatti, agevolano l'uomo nella realizzazione di sforzi fisici bloccando l'emissione del fiato (ne sanno qualcosa i campioni di sollevamento pesi). Solo con il tempo, lo scopo principale delle corde vocali è diventato quello di emettere suoni che, durante l'evoluzione culturale, ci hanno permesso di farci capire attraverso il linguaggio.

La voce ci accompagna fin dalla nascita. Anzi, anche da prima. Molti studi hanno evidenziato come il feto, durante la gestazione, sia profondamente influenzato da ciò che sente nella pancia della mamma. Il significato semantico di quelle "voci" non lo conosce nessuno. Ma sappiamo che, in abbinamento ad altre componenti, hanno un'influenza sul carattere futuro del nascituro.

Un'altra caratteristica della voce, seppure con scarse prove scientifiche, sarebbe quella di coadiuvare la crescita delle piante. E questo ci porta ad un altro grande potere: quello di indurre rilassamento attraverso l'emissione di suoni, come ci viene tramandato dalle discipline orientali, dallo yoga e dalla meditazione trascendentale.

Gli scopi della voce sono pressoché infiniti: può servire ad emettere un urlo in caso di pericolo oppure rallegrare o sedurre attraverso il canto.

In questo libro, a noi interessa la voce che parla, quella che usiamo per ordinare un caffè al bar, per condurre una riunione, per dichiarare il nostro amore, per sostenere un esame o per dare un consiglio ad una persona cara.

La prima impressione è quella che conta In ambito sociale la voce è come il nostro viso: ha la capacità di esprimere sensazioni ed emozioni ed è quindi un elemento fondamentale nello stabilire un rapporto. Nessuno però impara a renderla espressiva e a curarla. Al tempo stesso, nessuno insegna come farlo, come se non fosse importante.

La voce - spesso il primo e talvolta l'unico elemento che gli altri conoscono di noi - crea la prima impressione, provoca la prima reazione "a pelle", dà un'idea di chi siamo al nostro interlocutore. Certo, poi forse c'è il tempo per conoscersi meglio, magari vedersi, approfondire. Ma se quel primo contatto risulta negativo può capitare di non poterlo più correggere: un nuovo cliente può decidere al telefono che non gli interessa la nostra proposta, un genitore della classe di nostro figlio può negarci un aiuto per un'incombenza scolastica, un'impiegata del Comune invece di darci una mano per telefono ci obbliga a recarci in sede e perdere tutta la mattina. Se invece siamo fortunati e avremo altre occasioni per far capire che siamo meglio di quanto la nostra voce suggerisca, perderemo comunque un sacco di tempo per risalire la china della prima impressione.

Eppure ognuno di noi sa bene quanto influenzi in modo positivo una voce cordiale, calda, simpatica, espressiva. Può aiutare a stabilire fin da subito un'intesa, un'alleanza che il nostro interlocutore ricorderà e che darà l'impronta al rapporto. La voce parla direttamente al nostro inconscio.

Se l'essere umano si basa sulle prime impressioni, perché non sfruttare la voce a nostro favore e giocare subito una carta positiva quando entriamo in contatto con qualcuno?

La voce è il metro della nostra credibilità Pensate ad una barzelletta divertente e immaginatela raccontata alla radio da Fiorello e poi da una persona timida ed impacciata: da chi vi sentirete più attratti? A parità di contenuto, ciò che vi farà divertire è la voce di chi la narra. Saranno le sfumature della voce, una pausa prolungata e un sorriso ironico a conferire forza alla battuta.

La voce è l'espressione dei nostri sentimenti e di ciò che siamo. È importante nella comunicazione perché è il metro che le persone usano per misurare la coerenza fra ciò che diciamo e quanto crediamo in ciò che diciamo.

Demostene, il più grande oratore greco, e uno dei massimi di tutti i tempi, una volta ricevette un cliente che era stato picchiato e aveva bisogno della sua difesa. Appena entrato gli disse: "Non è vero ciò che affermi, tu non hai avuto alcuna sofferenza". L'uomo si adirò e, scuro in volto, alzò drasticamente il volume della propria voce dicendo con grande intensità: "Cosa? Tu vuoi dirmi che non sono stato picchiato?" "Ora sì, per

Giove, che sento la voce di uno che ha sofferto un torto!" rispose Demostene, che nel tempo si era convinto dell'importanza della voce.

La voce comunica credibilità quando è perfettamente intonata al contenuto che sta esprimendo. Facciamo l'esempio di chi parla ad una platea: risulterà credibile e affidabile se in lui saranno chiaramente percepibili la padronanza dell'argomento e la competenza. In conclusione, una grande competenza rimarrà assolutamente nascosta se non sarà valorizzata da una voce che esprima scioltezza e sicurezza.

Affinché la voce diventi un efficace strumento di comunicazione occorre che sia perfettamente intonata alle parole che sceglieremo di usare. Un esempio.

La parola "successo" comunica entusiasmo.

Ma anche la voce che usiamo per pronunciare la parola "successo" dovrà comunicare entusiasmo!

Ovvero, la voce non deve essere solo un suono, o se preferite un bel suono, ma un suono intenzionale e consapevole, modulato al fine di ottenere un preciso risultato: fare in modo che l'altro capisca esattamente ciò che noi vogliamo dire.

Come mai la voce può agevolare il processo di comunicazione? Non basterebbe usare le parole giuste per essere capiti dagli altri, come ci hanno sempre insegnato?

Forse nella comunicazione scritta sì, ma in quella orale no. Quando parliamo con qualcuno di persona o al telefono, la dimensione psicologica, o se preferite "emotiva", dei messaggi che trasferiamo è un elemento essenziale dell'influenza che esercitiamo sugli altri. Il "colore" della nostra voce, unito allo sguardo, alla mimica e alle altre componenti non verbali, trasmetterà all'interlocutore informazioni aggiuntive, ma cruciali: come ci sentiamo, cosa pensiamo di ciò che stiamo dicendo, cosa pensiamo dell'interlocutore.

Quindi anche la voce ha un suo linguaggio. Che cosa significa?

Per comunicare in modo utile è necessario che le persone parlino la stessa lingua. Pensiamo ad un cinese e ad un italiano che si incontrano: probabilmente per capirsi parleranno in inglese, l'unica lingua che avranno, almeno parzialmente, in comune. Sarà inutile, per esempio, che l'italiano dica "libro" o che il cinese dica zhù", ma se uno dei due dirà book", entrambi penseranno ad una risma di fogli di carta sovrapposti e tenuti insieme da una copertina.

Possiamo affermare che una lingua è rappresentata da un insieme di significati, ovvero concetti da trasmettere, espressi da significanti (segni, caratteri, parole): "significato" è l'oggetto di cui sto parlando (l'insieme di fogli scritti e rilegati) e "significante" sono i segni che userò per far capire l'oggetto {zhù, libro e book) (nota 1. I concetti di "significato" e "significante" furono introdotti dal linguista svizzero Ferdinand de Saussure, universalmente considerato il padre della linguistica moderna (de Saussure 1916). A lui si devono molte altre definizioni concettuali, come per esempio la differenza fra lingua e parola e i concetti di relatività ed arbitrarietà dei segni. Trattandosi di un argomento linguistico, e dal momento che ogni lingua scritta ha una sua grammatica, inizialmente si parlò di segno, abbracciando in seguito il concetto più allargato di significante. Fine nota1)

Ci stiamo soffermando su questi aspetti perché anche la voce è un significante, cioè comunica emozioni e sentimenti che possono rafforzare o indebolire le nostre parole. Non solo le parole sono significanti, anche il modo in cui le pronunciamo è di per sé un significante.

La bella voce per un doppiatore

Dal momento che la voce esprime significati indipendentemente dalle parole, accade un paradosso: spesso percepiamo una persona come "competente" solo grazie alla padronanza linguistica espressa dalla sua voce. È il caso dei doppiatori. Quando guardiamo un documentario, la voce del narratore ci trasferisce competenza e padronanza dell'argomento. In altre parole, fa credere che ciò che dice corrisponda a verità. Eppure, vi posso garantire, nella stragrande totalità dei casi chi doppia i documentari non ha idea di ciò di cui parlerà fino a cinque minuti prima di cominciare a leggere il copione!

Molte delle persone che conosco credono che io abbia una cultura invidiabile. Non è assolutamente vero, o almeno non penso sia così. Ma è vero che di qualunque argomento so esprimere anche poche linee guida con assoluta padronanza, al punto da creare l'illusione, mio malgrado, di possedere anche competenza.

Tuttavia, come vedremo fra poco, la capacità espositiva da sola non basta per poter dire di avere una "bella voce".

Che cos'è la recitazione? In cosa differisce la voce di un attore da quella di una persona comune? Quando la prima e la seconda possono essere considerate "belle voci"?

Per un attore la voce è innanzitutto un elemento della sua tecnica, perché possiede armi e strumenti che gli consentono ciò che non è permesso a nessun altro essere umano: diventare un'altra persona. Vorrei che vi soffermaste su queste ultime parole. Diventare un'altra persona, non fingere di esserlo. Il bravo attore non finge di essere il personaggio che gli è stato assegnato, diventa letteralmente un'altra persona. E questo, a

volte, può essere traumatico: Kim Basinger, per esempio, dichiarò che le riprese di 9 settimane e 1/2 le avevano trasformato la vita; Robert De Niro in Toro scatenato espresse una delle migliori performance attoriali di tutti i tempi dimenticando completamente chi lui fosse fuori dal set.

Un attore possiede una caratteristica che ha del sovrumano: poter mentire senza per questo farlo veramente. Chi non conosce la recitazione, chi non ha mai sentito parlare di Konstantin Stanislavskij o dell'Actors Studio di Lee Strasberg troverà strane le mie parole. Come si può diventare ciò che non si è? Eppure un attore fa proprio questo: entra nel personaggio, comincia a pensare come lui, a muoversi come lui, a parlare come lui. Fino al momento in cui la magia ha luogo: l'attore diventa il personaggio che interpreta. (nota 2. Il metodo Stanislavskij è considerato in tutto il mondo il punto di riferimento per la didattica teatrale, mentre l'Actors Studio è la scuola di recitazione di New York dalla quale sono usciti alcuni fra i più bravi attori dei nostri tempi: fra gli altri, Robert De Niro e Al Pacino. Fine nota 2)

Per l'attore la voce è uno strumento magico al pari del movimento o dell'abito di scena.

Ma quali sono le componenti che rendono bella la voce di un attore? Innanzitutto l'autenticità: un attore è considerato bravo quando tutto ciò che dice appare come credibile e vero. Un bravo attore non mente. La voce, infatti, risente terribilmente della menzogna: anche il più bravo interprete del mondo, nel momento in cui mente nella sua vita reale, sarà accompagnato da una voce distonica, non credibile. La magia ha luogo solo sulla scena, quindi a spettacolo ultimato anche un attore torna ad essere una persona normale.

Ma per essere attori o doppiatori non è sufficiente possedere autenticità espressiva, questa deve essere accompagnata da pulizia della pronuncia e padronanza espositiva. Anzi, una volta queste ultime erano considerate più importanti, soprattutto nel doppiaggio, specializzazione del mestiere dell'attore come l'odontoiatria, per esempio, lo è per chi ha studiato medicina.

Il concetto di "bella voce" per un doppiatore è andato trasformandosi negli anni. Fino alla fine degli anni '70 venivano considerate belle tutte quelle voci che eccellevano per timbrica e pulizia: Alberto Lupo, Nando Gazzolo, Arnoldo Foà, per citarne alcune.

Oggi il primo compito che si richiede ad un doppiatore è la capacità di generare emozioni e per farlo non esiste modo migliore che provarle: una bella voce crea uno stato mentale piacevole, trasporta, coinvolge e genera nell'ascoltatore uno stato emotivo che si fonde con le sensazioni di chi sta parlando, creando un tutt'uno.

Credo che tutti sappiate chi era Ferruccio Amendola, universalmente considerato un doppiatore strabiliante. Gli attori da lui doppiati (Robert De Niro, Al Pacino, Sylvester Stallone, Dustin Hoffman) sono diventati estremamente popolari in Italia anche grazie alla sua voce espressiva, comunicativa ed umana. A renderla più bella era la sua capacità di generare emozioni.

Amendola rivoluzionò lo stile del doppiaggio. Prima del suo successo, una voce doveva avere innanzitutto grandi dotazioni di estetica e di timbrica. Pensando ai film degli anni '50 e '60 scaturisce immediato il ricordo della voce di Emilio Cigoli, che fu considerato il numero uno con i suoi doppiaggi, fra gli altri, di John Wayne, Gary Cooper, Humphrey Bogart, William Holden, Gregory Peck, Charlton Heston, Jean Gabin. La sua omologa femminile fu Lydia Simoneschi che doppiò Ingrid Bergman, Barbara Stanwyck, Bette Davis, Joan Crawford e molte altre. Giusto per fare un esempio, Cigoli e Simoneschi sono le voci di Clark Gable e Vivien Leigh in Via col vento.

La voce di Cigoli era totalmente diversa da quella di Amendola, eppure entrambi furono considerati i più bravi doppiatori nella rispettiva epoca. La differenza più evidente è nella "pulizia". La voce di Cigoli era sempre bella, il suo personaggio non usciva mai dal ruolo, l'autorevolezza era predominante. Quella di Amendola era invece più simile alla voce di una persona comune: più pulita nei momenti di autorevolezza ma controversa e addirittura sgraziata nei momenti duri del personaggio. Tutti i bravi doppiatori di oggi vengono apprezzati soprattutto per la loro naturalezza, per come "si incollano al personaggio", non per la loro timbrica baritonale o da contralto.

In conclusione, possiamo dire che un doppiatore possiede una bella voce quando questa è caratterizzata da due componenti: • pulizia e padronanza espositiva • autenticità e credibilità. *

La bella voce per una persona comune

Vediamo invece che cos'è una bella voce per tutti coloro che non recitano. Una persona comune possiede una bella voce solo quando è espressiva e sincera. Pensate all'ultima volta in cui avete sentito qualcuno comunicare i suoi sentimenti. Magari non aveva una voce curata, magari aveva anche un influsso dialettale e mangiava le parole. Però possedeva una caratteristica incontrovertibile: era credibile.

Si dice che chi mente abbia difficoltà a guardare negli occhi le persone con cui parla. Non solo: chi mente ha una voce non credibile, quindi non bella.

A volte, persone con una voce non bellissima, ma molto comunicativa ed espressiva, mi dicono: "Come sei

fortunato ad avere una voce come la tua". Si tratta solitamente di persone dalla dizione non perfetta. Nonostante ciò, la loro voce comunica sentimenti, infiamma, appassiona. In quei casi io rispondo: "La tua voce è già bellissima, forse è più bella della mia. Solo che non lo sai ancora".

Spesso si confonde la padronanza della dizione con la capacità di avere una bella voce. Avere una giusta impostazione, fare un corretto uso dei toni e delle pause nonché possedere una buona consapevolezza degli accenti fonetici, è solo la base di partenza. Una bella voce è soprattutto espressione di sentimenti e per poter esprimere quelli giusti c'è un'unica strada: concederci il privilegio di provarli. L'unico modo per avere una voce che incanta è quello di provare dei sentimenti e saperli esprimere. Se poi a questo abbiniamo pulizia e padronanza espositiva, siamo sulla buona strada verso il mestiere dell'attore.

Noi ci emozioniamo quando vediamo altre persone emozionarsi. Pensate a cosa capita in un gruppo, quando qualcuno comincia a ridere di gusto o a piangere di felicità: tutti ne sono condizionati e cominciano ad "adeguare" i loro sentimenti a quelli che vengono manifestati in quel momento.

La capacità di generare emozioni è la base del metodo FourVoiceColors(r). Se parlando userò una voce veramente sincera, riceverò un feedback di sincerità da parte di chi mi ascolta che, per osmosi, rafforzerà ancora di più il mio sentimento di sincerità.

Qualcuno potrebbe dire: "Ma se io non provo emozioni di sincerità, come farò a trasferirle?" Obiezione più che legittima. Bene, il presupposto base del nostro metodo consiste nella capacità di comportarci "come se". Se desidero essere considerato autorevole, userò una voce autorevole "come se" lo fossi davvero. Le persone che mi ascolteranno percepiranno autorevolezza e cominceranno a credere che io lo sia in realtà. Lo stesso effetto potrà essere applicato alla sincerità, alla simpatia, alla passione.

Ma questa non è una novità: da sempre filosofi e psicologi ci insegnano che il nostro comportamento genererà un comportamento analogo.

La novità consiste nel fatto che il metodo FourVoiceColors(r) vi insegnerà ad ottenere tutto ciò in maniera semplice e univoca con la semplice riprogrammazione del modo in cui usate la voce.

Quanta importanza diamo alla nostra voce?

Abbiamo visto che la nostra voce è molto importante per l'affermazione personale. Ma cosa facciamo per migliorarla?

Immaginate di aver acquistato un appartamento di 100 metri quadri, sicuramente non enorme ma abbastanza grande per viverci con una certa comodità. Ora immaginate che la casa sia così suddivisa: un salone di 38 metri quadri, un ingresso di 7 e altri 55 impegnati da cucina, bagno e camera da letto.

L'avete visualizzata? Bene. Adesso provate a pensare che, nell'arredarla, commettiate una serie di imbarazzanti errori. Innanzitutto spendete gran parte dei soldi a disposizione per sistemare l'ingresso (7 metri quadri, ricordate?). Poi lo arrediate con mobili antichi e ci aggiungete elementi di design molto costosi. Infine togliete tutto, ritinteggiate e cambiate il pavimento mettendo a terra dell'alabastro. Non contenti, fate affrescare il soffitto da un pittore capace di riprodurre l'interno della Cappella Sistina. A questo punto vi ricordate che esistono anche camera da letto, cucina e bagno: li fate tinteggiare e li arrediate con mobili acquistati all'Ikea. E il salone? Non ci siete neppure entrati in tutto questo tempo, le pareti sono scrostate e ormai le ragnatele regnano sovrane.

Vi sembra un racconto assurdo? Certo, lo è infatti. Nessuno si comporterebbe in questo modo. Eppure, singolare ma vero, è ciò che la maggior parte delle persone fa quando si tratta di investire sulla propria capacità di comunicare.

Secondo gli studi dello psicologo americano Albert Mehrabian³ quando parliamo la credibilità è data al 38% dalla voce (il salone pieno di ragnatele), al 55% dal non verbale e al 7% dal contenuto di ciò che diciamo (l'ingresso). Ciò nonostante, di solito noi usiamo una ventina d'anni (quelli degli studi) per dedicarci al contenuto, cioè solo al 7% della nostra credibilità. (nota 3. Albert Mehrabian, professore alla UCLA University, nel 1967 realizzò due studi che pubblicò in due libri, Silent Messages del 1971 e Nonverbal communication del 1972. Va qui precisato che la cosiddetta "regola del 7%-38%-55%", spesso citata in maniera impropria come misura di ogni forma di comunicazione faccia a faccia, in realtà è la risultante di studi molto specifici tesi a misurare quanto le tre componenti della comunicazione (verbale - paraverbale - non verbale) contassero percentualmente durante la manifestazione di emozioni e atteggiamenti. Lo scopo del primo studio era quello di scoprire se durante una comunicazione fossero più importanti le parole o la mimica facciale. Mehrabian fece ascoltare ad alcuni soggetti una voce femminile registrata che pronunciava la parola "forse" in tre modalità: comunicando interesse, neutralità e distacco. Poi ai soggetti furono fatte vedere foto di visi femminili che esprimevano le stesse emozioni con il volto. A quel punto fu chiesto di individuare le emozioni partendo dalla voce, dalle foto e da entrambe. Come risultato dell'esperimento, le

emozioni furono riconosciute più attraverso il viso che attraverso la voce, con un rapporto di 3 a 2. Nel secondo esperimento i soggetti ascoltarono nove parole registrate; le prime positive (tesoro, cara e grazie); le seconde neutrali (forse, davvero e oh) e le terze negative (non, brutale e terribile). Le parole erano espresse in vari modi, con diverse emozioni trasferite nella voce, anche incongruenti rispetto al contenuto (una voce dolce per esprimere parole negative e viceversa). L'esperimento dimostrò che le emozioni espresse a voce prevalevano sul contenuto: nel caso di una parola negativa detta con voce dolce, vinceva la dolcezza e viceversa. Combinando i risultati dei due studi, Mehrabian giunse alla famosa regola del 7%-38%-55%. fine nota 3) (nota 4. Una volta, al termine di una lezione sul)'uso della voce in un'arringa, in un corso per avvocati penalisti, una giovane praticante mi disse: "È incredibile, passiamo cinque anni studiando la giurisprudenza e i codici con la ferma convinzione che la preparazione teorica sia l'unico modo per vincere una causa, e tu in sole due ore ci hai insegnato il potere della credibilità". Un po' come capitò nella vicenda di Demostene che vi ho narrato prima. Quella giovane avvocato aveva ragione. Ma, come vedremo, non è colpa di nessuno: tutto il sistema dell'istruzione si basa sulla teoria perché, è triste ammetterlo, spesso sono gli stessi docenti che avrebbero bisogno di un aggiornamento sulle capacità oratorie. Conoscendo bene la teoria, la trasferiscono agli studenti con il risultato, però, di creare spesso dei bravi teorici con poche capacità espressive nella produzione orale del linguaggio. Fine nota 4)

Poi trascorriamo la nostra esistenza crucciandoci per l'estetica e spendendo capitali per migliorarla: abiti, accessori, scarpe, palestra, parrucchiere, estetista, massaggi, creme, gioielli, cosmetici, orologi... Tutto questo è il non verbale, ovvero il 55% della nostra credibilità.

E per migliorare la nostra voce? Quasi nulla. Sono davvero poche le persone che si ricordano di averne una, ancora meno quelle che si pongono il problema di poterla perfezionare. Il motivo è molto semplice: la cura dell'immagine, nel nostro sistema, è basata su istruzione ed estetica, che insieme generano un grande giro d'affari dando lavoro a milioni di persone.

Ne volete una prova? Basta aprire un settimanale qualsiasi e contare il numero di annunci pubblicitari legati ad abbigliamento ed estetica: sono decine, se non centinaia. Contate invece gli annunci pubblicitari legati alla voce: non ne troverete neanche uno.

Qualcuno potrebbe dire che questo tipo di pubblicità è rivolto a persone per le quali la voce è poco importante. Non è così, purtroppo. Provate ad entrare in una libreria e prendete uno fra le centinaia di manuali disponibili sul public speaking. Si tratta di libri scritti per quelle persone (manager, primari di ospedali, politici, avvocati) la cui vita e il cui successo sono basati in buona parte sulla loro capacità di parlare agli altri. Quando lo avrete fra le mani, provate a contare quante pagine sono dedicate alla voce. Qualche tempo fa ne presi uno con questo scopo. Il libro era di 191 pagine. Sapete quante erano dedicate alla voce? Soltanto 4. Ovvero il 2% del libro. Se la voce fosse stata trattata con il giusto peso, le pagine avrebbero dovuto essere molte di più (72, cioè il 38%). La quasi totalità del libro era dedicata a come si scrive un discorso, a come ci si veste e ci si muove. Eppure si trattava di un libro sul public speaking, non sul public writing, sul public dressing o sul public moving!

Tutti dovrebbero migliorare la loro voce

Una bella voce è utile solo ai manager o ai presentatori televisivi? Certamente no. Avere una bella voce è utile a chiunque. Non solo in campo professionale - venditori, insegnanti, avvocati, telefonisti, medici, commercianti, studenti, tutori dell'ordine, impiegati che svolgono un servizio a contatto con il pubblico, animatori - solo per fare alcuni esempi, ma anche nella vita privata, nei rapporti con i figli, con il partner, gli amici, i vicini.

Qualche tempo fa andò in onda lo spot di una nota compagnia telefonica il cui scopo era far capire l'importanza della videochiamata e quindi dell'aspetto fisico. Un giovane di bell'aspetto, estremamente affascinante, durante la videochiamata dimostrava un grave difetto di pronuncia e diceva alla sua amata: "Fei bellissima". Questo spot, molto riuscito a mio avviso, dimostrava che solo la videochiamata avrebbe reso giustizia ad una persona bellissima ma con una voce sgraziata. Volendo vedere l'altra faccia della medaglia, ci fa capire che una persona bellissima con una brutta voce, se usa il telefono tradizionale rischia di rovinare tutto!

A questo punto non mi stupirei se vi poneste questa domanda: "Se la voce è così importante per il nostro successo, come mai nessuno ha mai pensato di farla diventare un business?" La risposta è semplice. Il business legato all'istruzione e all'estetica si basa sui grandi numeri: libri, CD, CD-ROM, DVD stampati in milioni di copie e venduti ad altrettante persone in tutto il mondo. Così come creme e cosmetici. Purtroppo non è possibile vendere in grandi tirature una crema che, spalmata sulle corde vocali, possa renderle più "melodiose".

Inoltre, quello di chi migliora la voce è un mestiere raro. Esistono scuole per formare insegnanti di scuola elementare, media, superiore, esiste pure un sistema universitario. Ci sono scuole per parrucchieri, per

istruttori di fitness, per massaggiatori ed estetiste. Avete mai sentito di una scuola per la voce? L'insegnamento della voce è uno dei pochi campi ad essere rimasto assolutamente artigianale. L'insegnante di dizione, per esempio, si forma da sé: è la passione per il benessere degli altri, unitamente all'esperienza, a farne un buon docente.

Per rispondere finalmente alla domanda "Quanta importanza diamo alla nostra voce?" possiamo dire che:

1. la voce è percepita da tutti come molto importante 2. la società non è attrezzata per migliorare la voce.

Se è vero che la voce conta molto per essere credibili ed ottenere risultati nella vita, leggendo questo libro avete una grande opportunità, quella di fare qualcosa per migliorarla, per il semplice fatto di essere stati raggiunti da questo messaggio. Tutti gli altri continueranno a spendere il 100% dei loro investimenti in immagine per raggiungere al massimo il 62% (55% + 7%) di risultato.

Migliorare la voce... o la personalità?

Una domanda potrebbe sorgere spontanea. Dal momento che la voce è lo specchio della nostra personalità, a cosa serve cambiare la voce se poi la personalità rimane uguale? A cosa serve una voce espressiva ad un timido, se poi rimarrà comunque timido?

La risposta è semplice: se cambiamo la voce, la personalità si modificherà di conseguenza. Innanzitutto per un motivo squisitamente fisico (una persona che sorride muove dei muscoli), ma soprattutto perché usando una voce più espressiva le reazioni di chi ci ascolta saranno sempre più positive e i continui apprezzamenti nei nostri confronti ci renderanno più sicuri di noi stessi e più felici, inducendo un cambiamento di cui a volte non ci rendiamo neanche conto.

Questo è ciò che molti dei partecipanti ai miei corsi intendono quando dicono "dopo il corso la mia vita è cambiata".

Migliorando la voce, migliorerà tutta la vostra comunicazione. Infatti, per produrre una voce credibile, congruente con il contenuto, occorre usare tutto il corpo. Non è possibile disgiungere la mimica dalla voce: provate a ridere mentre il vostro viso esprime una smorfia di dolore o a piangere mentre sorridete. Non è possibile: una risata vuole una mimica divertita e viceversa.

Mentre renderete più espressiva la vostra voce, automaticamente renderete più espressivo anche il vostro corpo. Quando parliamo con qualcuno, non possiamo separare la comunicazione verbale da quella non verbale. Si tratta di una pia illusione, nata nella letteratura sull'argomento grazie ad un retaggio culturale di stampo occidentale che ci vorrebbe possessori di un corpo e di una mente separati e quindi considerabili singolarmente. In realtà, è inutile allenare le due parti separatamente. Ciò porta ad inasprire ancora di più nevrosi e dicotomie di comportamento che invece dobbiamo aggirare per essere efficaci.

: Agire sulle due forme di comunicazione, quella corporea e quella verbale, significa semplicemente affinare gli strumenti. Ciò che rende la nostra comunicazione davvero efficace è l'unificazione di mente e corpo per esprimere ciò che sta dentro di noi.

Voce e personalità sono legate indissolubilmente. Quando una persona è felice la sua voce esprime felicità.

Il potere della voce: punti chiave • Al telefono, le persone si formano un'immagine di noi deducendola dal suono della nostra voce.

- Una voce espressiva è fondamentale per fare una buona impressione e farci ascoltare.
- La voce è il metro che gli altri usano per misurare la coerenza fra ciò che diciamo e quanto crediamo in ciò che diciamo.
- Affinché la voce diventi un efficace strumento di comunicazione occorre che sia perfettamente intonata alle parole che usiamo.
- La voce deve ottenere un risultato preciso: fare in modo che l'altro capisca esattamente ciò che vogliamo dire.
- Un attore ha una bella voce quando questa possiede sia una buona pronuncia sia la capacità di esprimere autenticità e credibilità.
- Perché una persona comune abbia una bella voce è sufficiente che questa sia autentica e credibile.
- Se cambiamo la voce, la personalità si modificherà conseguentemente.
- Usando una voce più espressiva le reazioni di chi ci ascolta saranno sempre più positive e i continui apprezzamenti nei nostri riguardi ci renderanno più sicuri di noi stessi e più felici.

In sintesi, per avere un buon rapporto con gli altri: • "accordate" la voce alla situazione che state vivendo • siate autentici e sinceri • generate un feedback positivo.

2 Migliorare la voce per migliorare la vita

"Ciro, sto applicando i tuoi consigli in famiglia, con gli amici e soprattutto sul lavoro e mi meraviglio di quanto i personaggi finora più indifferenti alla mia presenza e al mio operato mi stiano prendendo in considerazione. In questi giorni si stanno verificando cose che fino alla scorsa settimana potevo solo desiderare, quasi sognare." Serena

Tutti sappiamo riconoscere la cordialità o l'entusiasmo nella voce degli altri. Ma quando tocca a noi? Saper riconoscere un sentimento nella voce delle altre persone significa anche saperlo esprimere? Se guardiamo una coppia di ballerini, dopo pochi secondi ci rendiamo conto se ballano bene o male. Ma questo non fa di noi provetti ballerini. Se vediamo un bravo attore recitare, se ascoltiamo un brano di musica ben arrangiato, esprimeremo un giudizio positivo anche se non sappiamo né recitare né suonare. La nostra voce funziona allo stesso modo. Saper riconoscere una voce cordiale non significa affatto saperla riprodurre.

Nella nostra società non è richiesto essere bravi comunicatori per sopravvivere. Vivere intensamente, invece, richiede una buona capacità di comunicazione. Inespugnabilmente, molte persone scelgono di sopravvivere anziché vivere: costa meno fatica ed espone a meno rischi. Sopravvivere ci consente di essere timidi: stiamo in disparte, nessuno ci nota, con le nostre parole vuote di significato vocale. Come mai non ci è richiesto di avere una voce pertinente alle situazioni? Il motivo è semplice: la nostra società, così rigida nella scelta delle parole, è assolutamente priva di regole quando parliamo di emozioni.

È paradossale, non credete? Pensate alla forza delle emozioni, a quanto una voce sprezzante o irritante possa ferirci. Eppure accade una cosa stranissima: se diciamo a qualcuno con voce scherzosa "Sei un imbecille", rischiamo una querela, mentre se diciamo "Non so cosa pensare di te", con una voce carica di odio nessuno ci potrà fare nulla.

Fate un esperimento. Prendete un registratore e registrate una frase che esprima cordialità ed entusiasmo, gli stessi che vorreste comunicare ad un amico che rivedete dopo molto tempo. Riascoltatevi. Che impressione vi fa sentire ciò che avete registrato? Siete stati davvero cordiali ed entusiastici o avete solo "cercato" di esserlo? Noterete che, pur sapendo riconoscere cordialità ed entusiasmo nella voce degli altri, quando si tratta di riprodurre gli stessi sentimenti la faccenda cambia. A questo punto la riflessione è inevitabile: se quando credo di essere cordiale in realtà sto solo pensando di esserlo, che cosa arriva di me alle persone che mi ascoltano?

Tutto questo, se possediamo ciò che Goleman ha definito "intelligenza emotiva", lo sappiamo già intuitivamente; se qualcuno ci dice "Che piacere vederti", il messaggio sarà avvalorato dalla sincerità che riconosceremo o meno nelle emozioni della sua voce. Il messaggio paraverbale (legato alla voce) completerà il segnale. Ecco perché è così diverso scrivere una cosa o dirla a voce! Ed ecco perché, aumentando la nostra consapevolezza sull'uso della voce, inevitabilmente diventeremo più credibili e affidabili.

Per converso, l'uso sbagliato della voce è una delle maggiori cause di insuccesso nel comunicare. Molto spesso usiamo le parole senza curarci della voce con la quale le pronunciamo. Il problema è che non ce ne rendiamo conto: altrimenti nessuno direbbe una frase gentile con una voce aggressiva, come spesso accade. Se dico a una persona: "Credo in te", con una voce indifferente, il concetto di fiducia avrà serie probabilità di non essere trasmesso.

A questo punto è opportuno che conosciate una regola aurea: in una comunicazione non è importante il messaggio che parte, ma il messaggio che arriva. Non è sufficiente essere certi di ciò che vogliamo comunicare, dobbiamo fare attenzione a come quello che comunichiamo verrà percepito. Per dirla in altri termini, se l'altro non capisce o equivoca ciò che abbiamo detto non dipende da lui, ma da noi.

Immaginiamo di avere qualcosa di importante da dire a una persona. Cercheremo di:

1. usare il linguaggio appropriato (cioè adattare il linguaggio all'interlocutore: a un dirigente parleremo con deferenza; a un collega con più confidenza)
2. leggere con precisione il feedback, per percepire correttamente le reazioni a ciò che diciamo.

Ma se quanto abbiamo da dire è interessante e lo diciamo nel modo giusto, come mai a volte il nostro interlocutore non ci ascolta, oppure capisce una cosa diversa da ciò che volevamo dire? Nella maggioranza dei casi la causa va cercata in una patologia della comunicazione che ho chiamato "daltonismo vocale".

Il daltonismo vocale

L'uomo è un animale sociale. Per raggiungere i suoi obiettivi più importanti, soprattutto la felicità, ha bisogno delle altre persone. Gli altri sono un elemento insostituibile per il nostro equilibrio, un ingrediente al quale non possiamo rinunciare se vogliamo una vita ricca di gioia e soddisfazioni. Se vogliamo essere felici dobbiamo coltivare ottimi rapporti sociali.

Tuttavia a volte ci capita che parlando incriniamo i rapporti con gli altri: fraintendiamo o veniamo fraintesi,

non ci facciamo capire, provochiamo situazioni imbarazzanti o spiacevoli, e tutto ciò nonostante le nostre migliori intenzioni. Questo capita quando la nostra voce non si accorda con il nostro cuore; in questo caso le nostre parole parlano di sentimenti positivi mentre la nostra voce lancia messaggi di segno contrario. Abbiamo usato un colore di voce non appropriato alla situazione.

Questo fenomeno, che definisco "daltonismo vocale", è molto più diffuso di quanto possiate pensare e i danni che provoca nelle relazioni, personali o lavorative, sono a volte incalcolabili. Ma la cosa più grave di questo "disturbo" è che nessuno ne conosce l'esistenza: per questo motivo nessuno riesce a diagnosticarlo! Quando non veniamo capiti, nella maggioranza dei casi non è per ciò che abbiamo detto, ma per il modo con cui l'abbiamo detto. Dal momento che nessuno pensa alla voce come causa di fraintendimento, tutti ci chiediamo: cosa avrò detto di sbagliato? La domanda corretta invece sarebbe: che sentimenti negativi ho generato con la mia voce senza saperlo?

La causa principale del daltonismo vocale risiede proprio nella mancanza di attenzione alle emozioni di cui parlavo nel paragrafo precedente.

La nostra cultura ha un'impostazione paradossale nel premiare le persone:

- dice che ti gratificherà per come saprai imparare e padroneggiare i contenuti (questo è il motivo per cui tutti studiano)
- eppure spesso premia non chi sa di più, ma chi sa comunicare meglio. " *

Se leggete con attenzione ciò che ho scritto, in realtà non vi troverete alcun paradosso. La nostra cultura ti premia per come saprai imparare e padroneggiare i contenuti, ovvero per come saprai farli tuoi. In altre parole, dovrai sapere molte cose ma dovrai anche sapere come comunicarle.

Tuttavia, mentre la società ti offre innumerevoli strumenti per apprendere i contenuti, non te ne offre nessuno per imparare a comunicarli, lasciando quest'ultimo "dettaglio" al talento di ognuno.

Quindi, in questo sistema in cui tutti insegnano "cosa dire" e nessuno insegna "come dirlo", un numero enorme di persone molto preparate continuano a chiedersi come mai qualcuno va avanti nella vita mentre loro rimangono dove sono.

Vi siete identificati in quest'ultima frase? Non preoccupatevi: ora vi spiego perché tutto ciò capita e più avanti vi darò anche la soluzione.

Come sapete, in ogni disciplina l'allenamento avvicina il risultato e questo lo vediamo prevalentemente nello sport. Quindi la comunicazione non fa eccezione, anche perché parlare è un fatto fisico, che coinvolge dei muscoli. Ma noi siamo allenati a parlare? Ci siamo preparati a sufficienza per essere certi che quando apriamo bocca gli altri rimangano interessati, coinvolti, affascinati dal nostro eloquio? Probabilmente no, e sapete perché? Perché abbiamo legato ogni grande risultato ad una forma di comunicazione che non ha nulla a che fare con la parola.

L'essere umano parla sempre di meno. In compenso, nella comunicazione digitale è diventato imbattibile. Tutto ciò è assolutamente paradossale: comunichiamo sempre di più col computer ma i modelli che ci vengono proposti al cinema, in televisione e sulle pagine dei giornali sono quelli di persone istintuali e fisiche, che sanno usare il corpo e che sanno parlare davanti ad un pubblico.

Quindi, forse, nel corso dei secoli abbiamo fatto qualche passo indietro.

I nostri bisnonni avevano molta meno cultura di quanta ne abbiamo noi ma conoscevano una cosa di importanza straordinaria: l'efficacia della parola parlata. I nostri bisnonni comunicavano oralmente.

Fino al secolo scorso, le famiglie avevano parecchi figli e vivevano tutti insieme in ambiti angusti.

Situazione non facile che però portava con sé una grande fortuna: il calore umano e il senso di appartenenza ad un gruppo. Le famiglie crescevano felici, unite dall'appagamento e dalla sicurezza che soltanto un forte legame affettivo è in grado di generare.

Oggi le coppie hanno spesso un unico figlio e investono su di lui comprandogli di tutto: giocattoli costosi, abbigliamento firmato eccetera.

E il rapporto umano? Quanto parlano i genitori con i loro figli? Sicuramente molto meno di quanto si facesse nel secolo scorso, anche perché oggi siamo sempre più abituati a comunicare attraverso il computer o gli sms: non aprendo la bocca ma muovendo le dita.

Soffermiamoci su quest'ultima frase: oggi non si comunica più usando la bocca, ma muovendo le dita. Oggi per dire ti amo a una persona non si fa più una serenata, non si recitano più poesie d'amore. Il modo migliore per dire ti amo a una persona è quello di mandarle un sms.

Ma anche se il mondo è diventato digitale, quando incontriamo una persona o sosteniamo un colloquio di assunzione dobbiamo parlare. Con la bocca. Con gli sguardi. Con il sorriso. Quando abbiamo qualcuno

davanti a noi saremo giudicati per la nostra capacità di parlare, non per la bravura nello scrivere e-mail!
Nel corso degli anni siamo diventati sempre più bravi da un punto di vista nozionistico e sempre meno bravi da un punto di vista istintuale. Trascorriamo gran parte del nostro tempo da soli, a volte davanti a uno schermo, nella maggioranza dei casi all'interno di un ufficio.

Esiste una speranza di sentirsi nuovamente più forti e belli senza dover spendere soldi per vestiti e chirurgia estetica?

Sì, esiste questa possibilità. Ma solo a patto che l'essere umano si riappropri della sua umanità e ricominci a parlare anche con la bocca. (nota 1. Smettere di parlare è solo uno dei danni che l'essere umano ha compiuto verso se stesso snaturando le sue caratteristiche: l'altro, forse ancora più importante, è smettere di muoversi. La struttura fisica dell'essere umano è quella dell'arrampicatore: siamo stati creati per arrampicarci, esattamente come fanno gli appassionati di free-climbing. Però trascorriamo tutto il nostro tempo fermi, seduti in macchina o in un edificio, con le conseguenze che è possibile immaginare. Fine nota 1).

Nel secolo scorso ci è stato detto giustamente che la cultura era parte del potere, che soltanto i ricchi potevano studiare, ma che se avessimo studiato tutti nessuno avrebbe più potuto dominarci perché sarebbe sparita l'ignoranza e i popoli avrebbero recuperato tutta la loro dignità. Sono cose bellissime e verissime. Ma c'è una cosa che non ci hanno detto: che tutto il tempo impiegato a studiare lo avremmo tolto al tempo passato a stare con gli altri esseri umani, e soprattutto che così facendo ne saremmo usciti profondamente indeboliti.

Questo indebolimento è causa del daltonismo vocale. L'essere umano, trascorrendo sempre più tempo da solo e dovendo parlare sempre meno per ottenere ciò che vuole, è sempre meno abituato a parlare con gli altri e quindi, per inerzia, usa la sua voce sempre nello stesso modo.

È su quest'ultima frase che desidero soffermiare la vostra attenzione.

Daltonismo vocale: un unico colore per dire tutto

Parlare sempre meno ha un'unica conseguenza che contemporaneamente ne è anche la causa: la timidezza.

La timidezza è uno dei fenomeni più diffusi. Le persone soffrono grandi momenti di disagio e imbarazzo nel comunicare con:

* persone che non conoscono * persone dell'altro sesso * persone di potere * gruppi di molte persone.

Nel corso degli anni per difendersi dalla timidezza ognuno ha adottato uno "stile di comunicazione" che tenderà ad applicare a tutte le situazioni:

- c'è chi combatte la timidezza affrontandola "attivamente": il suo stile di comunicazione prevalente sarà "simpatico" (giallo)
- c'è chi combatte la timidezza affrontandola "seduttivamente": il suo stile di comunicazione prevalente sarà "empatico" (verde)
- c'è chi combatte la timidezza "dandosi un tono": il suo stile di comunicazione prevalente sarà "autorevole" (blu)
- c'è chi combatte la timidezza affrontandola "energicamente": il suo stile di comunicazione prevalente sarà "passionale" (rosso).

Questi quattro stili di comunicazione comportano comunque una modalità di reazione positiva. Esistono altri due stili che invece sono sempre "negativi":

- c'è chi combatte la timidezza affrontandola "aggressivamente": il suo stile di comunicazione prevalente sarà "rabbioso" (nero)
- c'è chi combatte la timidezza affrontandola "con distacco" il suo stile di comunicazione prevalente sarà "apatico" (grigio).

Le persone tendono ad usare in ogni occasione il loro stile di comunicazione prevalente, quindi parlano nello stesso modo in tutte le situazioni con evidenti difficoltà nel raggiungere i loro obiettivi sociali.

Prendiamo l'esempio dello stile di comunicazione "simpatico". È perfetto fino a quando si tratta di conoscere persone e chiedere informazioni. Ma provate a dire "Io provo un forte sentimento per te" con voce simpatica: farete ridere e non vi crederà nessuno!

Più avanti vedremo che per essere completi occorre saper usare tutti i sei stili di comunicazione riuscendo ad accordarli alle situazioni e alle parole.

Per ora mi limito a ribadire che, per evitare il disagio creato dalla timidezza, le persone tendono a comunicare sempre meno, ed è proprio questa mancanza di allenamento ad inasprire le difficoltà, in un loop che porta alcuni ad evitare tutte le situazioni di confronto.

Mancando l'allenamento a declinare la voce, le persone applicano il loro stile di comunicazione prevalente a tutte le situazioni, con la conseguenza di creare distonia e mancanza di coerenza fra le parole e la voce. Utilizzare una sola voce in tutte le situazioni equivale a suonare una melodia al pianoforte con solo due dei dodici tasti che compongono la scala: le stonature non tarderanno a farsi sentire!

Ma l'analogia fra la musica e il daltonismo vocale non si limita solo alla melodia (le note che cantiamo di una canzone): prosegue anche nell'armonia (gli accordi di sottofondo). A volte le persone cominciano la conversazione con la voce giusta (per esempio simpatica in un primo approccio): potremmo dire che suonano l'accordo giusto con cui comincia la canzone. Tuttavia, sia le canzoni sia le conversazioni sono basate su una progressione di accordi. Quando incontriamo una persona, se vogliamo che la conversazione sia appassionante, la prima emozione deve lasciar spazio alla seconda e così via. Spesso si passa dalla simpatia alla fiducia: quello è il momento in cui dobbiamo cambiare voce. Esattamente come un bravo musicista cambierebbe accordo suonando quello adeguato alla melodia di quel momento.

Ha successo sociale solo chi sa comunicare con efficacia in tutte le situazioni, accordando ciò che dice al modo in cui lo dice.

Ecco alcuni esempi di daltonismo vocale:

- parlare d'amore con una voce che ispira amicizia
- parlare di fiducia con una voce che ispira autorevolezza
- parlare di dati scientifici con una voce che ispira simpatia
- parlare di amicizia con una voce che ispira passione.

Questi sono solo alcuni degli esempi di come il daltonismo vocale può inficiare le nostre relazioni. Ben inteso, i quattro tipi di voce di cui parlo di per sé sarebbero corretti, ma solo se fossero accordati al significato delle parole.

Per essere sicuri di non venire fraintesi infatti dovremo:

- parlare di amicizia con voce cordiale
- parlare di fiducia con voce sincera
- parlare di dati scientifici con voce autorevole
- parlare di amore con voce passionale.

Ci sono persone che per una vita si preparano sui contenuti, ovvero quello che diciamo (per esempio lo studente) senza mai fare nulla per rendere questi contenuti vivi, sentiti, personali. Non è una cosa difficile, possiamo farlo tutti, basta solo cominciare a capire che se io parlo di un argomento con entusiasmo il professore penserà che mi è piaciuto e quindi che ho studiato.

Questo concetto è talmente semplice da sembrare addirittura elementare e tutti possiamo dividerlo. Avete mai trovato qualcuno che vi ha convinto di qualcosa senza esserne prima convinto lui? Avete mai reputato credibile una persona che vi parla in maniera apatica di ciò che ama di più nella vita?

Ma la domanda alla quale nessuno sa rispondere è: "Che cosa ci fa pensare che una persona sia credibile?"

Ve lo dico io: l'accordo fra le parole, le espressioni del suo viso e le intonazioni della sua voce.

Quindi la formula magica è questa: la preparazione di un esame universitario o di un'interrogazione va effettuata sui contenuti, a patto di non entrare in stato di stress; meglio sapere qualcosa in meno ma saper esporre tutto ciò che si sa al meglio. Se io so tutto ma mi esprimo con incertezza, non solo prenderò un brutto voto, ma probabilmente in breve tempo dimenticherò ciò che ho studiato. Infatti, le informazioni che riceviamo diventano parte di noi soltanto quando le abbiniamo all'emotività, quando le viviamo quindi con passione.

Come si cura il daltonismo vocale

Chiunque, in qualunque momento della sua vita, può decidere di cambiare completamente la sua voce rendendola più comunicativa e più piacevole.

Questa è la cura al daltonismo vocale: dire ciò che vogliamo dire con una voce che va nella stessa direzione delle nostre parole. (Per esempio dire "Siamo grandi" con una voce che comunica entusiasmo.)

Ciò offre molte gratificazioni, perché la voce può cambiare completamente e con questa cambia anche la comunicazione. E quando si comunica meglio, anche la vita cambia.

Il motivo è semplice: comunicando meglio facciamo star bene gli altri. E quando le persone attorno a noi stanno meglio, sono loro a far star meglio noi, in uno scambio continuo di sentimenti e soddisfazione reciproca.

In genere, le persone non sanno che una voce cordiale, affabile, empatica, che comunica sentimenti e che piace alla gente non è una caratteristica con la quale si nasce, ma anzi può essere modificata nel corso del tempo.

Quindi ora vi dirò una cosa che probabilmente risponderà a molte delle domande per le quali avete comprato

questo libro.

Sì, la vostra voce può cambiare radicalmente. E con essa anche la vostra vita.

La nostra voce non è bella o brutta, siamo noi che pensiamo che lo sia. E trasmettiamo ciò che pensiamo a chi ci ascolta, insieme a tutte le altre informazioni su quello che percepiamo di noi. Essere convinti di avere una bella voce è il primo passo per averla veramente: quando avrete imparato a parlare con orgoglio, desiderando profondamente di farvi sentire, le altre persone se ne accorgeranno e vi diranno: "Mi è piaciuto ciò che hai detto", oppure "Quando parli ispiri fiducia". Diceva lo psicologo e filosofo americano William James: "Agisci come se quel che fai facesse la differenza. La fa". Se vuoi possedere una caratteristica, agisci come se la possedessi già.

In una puntata di Porta a Porta, di Bruno Vespa, un chirurgo estetico ha spiegato le stesse dinamiche: alcuni interventi di chirurgia estetica sono destinati a fallire perché, nonostante siano perfettamente riusciti, chi li riceve continua a vedersi brutto. Ci sono donne molto belle che sono convinte di non esserlo e quindi non vengono notate. Viceversa donne non bellissime (per esempio Glenn Close, Jodie Foster o Meryl Streep) hanno una tale carica di femminilità da essere irresistibili.

Avere una bella voce non è un fatto tecnico, o almeno non solo. La voce è una questione di espressività e di colori. Se la nostra vita è grigia, avremo una voce grigia. Se la nostra vita è appassionante, ricca di emozioni, avremo una voce piena di colori.

Si tratta solo di scoprire quanti e quali colori abbiamo dentro di noi e di farli emergere attraverso la voce.

Esiste un modo infallibile per migliorare la propria voce: mettersi sinceramente nei panni dell'interlocutore. Se desidererete fare qualcosa per lui, se partirete dall'idea di dare prima ancora che ricevere, se cercherete di dire cose che siano veramente rivolte al benessere di chi vi ascolta e se lo farete sinceramente, la vostra voce diventerà automaticamente più bella.

. Come abbiamo visto, ognuno possiede potenzialmente una bella voce, ma non tutti hanno voglia di esibirla. La maggioranza di noi rimane al suo posto, non prova e non genera emozioni, per paura di essere considerato troppo narcisista, per non mettersi troppo in gioco, per non assumersi responsabilità. Avere una bella voce significa essere al centro dell'attenzione, saper reggere il confronto con qualcuno che ti nota. In altre parole, saper tirar fuori il meglio di sé. Non esiste persona al mondo che abbia una bella voce e che non abbia voglia di farla sentire. L'unico modo per avere una bella voce senza aver studiato dizione è quello di generare e saper provare emozioni profonde durante la comunicazione.

La differenza più importante fra parola scritta e parola parlata

Tutti sappiamo quale grande potere abbia il suono sulla nostra mente: è in grado di rallegrarci, intristirci, creare tensione eccetera. I suoni hanno il potere immenso di modificare gli stati d'animo che proviamo.

Mille volte al giorno, il nostro umore cambia in funzione dei suoni che sentiamo. Una frenata improvvisa mentre attraversiamo la strada, il suono del telefono quando desideriamo che qualcuno ci chiami, ma anche più semplicemente il fragore di un tuono o il rumore della nostra porta di casa che si apre.

E che cosa dire della musica? L'insieme di note, ritmi, armonie, suoni, timbri, assonanze e dissonanze è alla base di molti dei nostri maggiori momenti di piacere, spensieratezza, amore e sentimento.

Lo sapeva bene Steve Jobs, a capo della Apple, quando nel 2001 presentò il progetto dell'iPod. La sua premessa fu: "Esiste un grande mercato nel quale si può diventare leader e questo mercato è quello della musica. Perché la musica? Perché tutti amiamo la musica". Quanto l'iPod, e di conseguenza la possibilità di fruire di musica digitale, abbia cambiato la nostra vita è ormai scritto nella storia.

Un'ulteriore singolare prova di quanto i suoni possono avere il potere assoluto sulla nostra mente deriva dalla scoperta-invenzione dei cosiddetti I-Doser, le "droghe virtuali" conosciute a partire dal 2008. Si tratta di suoni da ascoltare in cuffia, che producono sul sistema nervoso effetti in tutto e per tutto simili a quelli prodotti dalle droghe. Ed è scientifico: gli effetti di un I-Doser alla marijuana, testati in laboratorio, sono stati immediato fastidio, mal di testa e sonnolenza.

Cosa c'entra tutto ciò con la voce? È evidente: anche la nostra voce è un suono. Per meglio dire, è un insieme di suoni che possono essere finalizzati all'espressione del linguaggio.

Quindi anche la voce, essendo un suono, ha il potere di emozionarci indipendentemente dalle parole che pronuncia.

Tutti siamo abituati ad associare la voce alle parole e queste ai significati che vogliamo esprimere. Un po' come capita con l'associazione fra le parole scritte e i loro significati. Ma c'è una sostanziale differenza.

La differenza più importante fra parola scritta e parlata sta nell'atteggiamento attivo o passivo che dobbiamo assumere per poterne fruire.

Se entriamo in una stanza in cui c'è un libro, non ne conosceremo il contenuto fino a quando non lo apriremo: il libro è muto. Inoltre, affinché possa emozionarci non dobbiamo solo leggerlo, ma dovremo

anche attivare la nostra immaginazione, senza la quale potremmo non essere coinvolti minimamente dal contenuto.

Provate invece ad essere seduti in una stanza nella quale, all'improvviso, echeggia una voce.

Indipendentemente da ciò che dice, la voce modificherà il nostro stato d'animo, perché i suoni parlano all'inconscio.

E qui cominciamo ad operare una prima importantissima distinzione, che sfugge a tutti ma che è la base per capire il metodo FourVoiceColors(r).

La voce comunica su due canali: (nota 2 Chi conosce l'opera di Freud potrà immediatamente associare i due canali della voce ai suoi concetti di processo primario e processo secondario.)

- emotivo irrazionale (i suoni hanno la capacità di emozionarci per il fatto stesso di percepirne la vibrazione, come i bassi in discoteca o il rumore di un ruscello)
- logico razionale (la nostra capacità di attribuire un significato a ciò che sentiamo, ovvero di crearne una rappresentazione mentale).

La cosa più importante e difficile da capire è che mentre siamo noi a decidere se attivare o meno il canale logico razionale, il canale emotivo irrazionale viaggia in maniera indipendente dalla nostra volontà. È questo il motivo per il quale, ascoltando musica, spesso ci commuoviamo senza sapere perché e senza avere una reale causa di tristezza! Anche la parola scritta evoca il nostro inconscio in maniera potente. Ma non può prescindere dalla nostra mente e dall'immaginazione.

La voce parla direttamente ai nostri sensi, perché muove qualcosa di fisico intorno a noi e dentro di noi: essendo inevitabile, è molto potente. La voce tocca il nostro inconscio senza chiederci il permesso. Non siamo noi a decidere di essere toccati, sono i nostri sensi a decidere per noi.

La voce parla all'inconscio

Quanto ci emozioniamo quando sentiamo una persona brava a cantare?

Il canto è un classico esempio di associazione della voce ad un significato che potremmo definire "non-linguistico", o perlomeno non solo linguistico.

Per "non-linguistico" intendiamo quell'insieme di particolari sensazioni che la voce induce nella nostra mente e nel nostro corpo e che ci emozionano in maniera indipendente dal contesto linguistico nel quale sono calati. Ne è un esempio il canto lirico e in particolare, per me, la voce di Luciano Pavarotti.

Il grande direttore d'orchestra Riccardo Muti lo ricorda così: "Dio regala solo una volta al secolo una simile voce per confortare gli uomini. Mentre cammini su un molo, esce da una radiolina quella voce, trapassa i vetri e dici dentro di te, qualunque pensiero tu abbia: è Pavarotti, è Pavarotti. Sei meno desolato. Una lucina s'accende. Di qualunque nazione tu sia, qualsiasi sensibilità tu abbia. La sua voce è stata un dono di Dio e per una volta non è un modo di dire".

Ma esiste un altro modo, forse ancora più semplice, per spiegare quanto una voce possa darci emozioni indipendentemente dalle parole che pronuncia. Ne sono un esempio tutti i cantanti (o le cantanti) stranieri: ci emozionano con la loro voce indipendentemente dal fatto che capiamo o no le parole che stanno pronunciando.

Quando ero ragazzo fui molto colpito dalla voce di David Gilmour, cantante e chitarrista dei Pink Floyd. In realtà non capivo nulla di quello che diceva: il suono della sua voce mi emozionava a prescindere dal significato delle parole. Ad ognuno di noi forse è successo di provare la stessa emozione tante volte e ancor oggi ci capita quando ci imbattiamo in brani musicali cantati in lingue di Paesi emergenti, come per esempio l'India.

Le analogie fra canto e parola parlata

Qualcuno potrà obiettare che la voce abbinata ad un brano musicale è fatta anche di musica, cioè armonia, melodia e ritmo: componenti che insieme alla voce contribuiscono a generare emozione. Quando parliamo non abbiamo la musica, quindi non possiamo emozionare.

Ma ne siete proprio sicuri?

Non tutti sanno che se nella musica abbiamo la melodia (l'insieme delle note che compongono la linea cantabile di un brano), nella parola parlata abbiamo la prosodia (l'insieme di note che compongono l'iter melodico di ciò che diciamo). È la prosodia - insieme alla pronuncia delle parole - a dirci se una persona è veneta o napoletana, russa o americana. Ha il potere immenso di affascinare ed incantare. Ne sanno qualcosa coloro che raccontano le fiabe ai bambini!

Come esistono melodie indimenticabili che ci emozionano ogni volta che le sentiamo e che siamo portati a cantare riproducendo proprio quella sequenza di note, allo stesso modo esistono prosodie affascinanti (per

esempio quelle degli attori) che possiamo riprodurre ottenendo gli stessi risultati.

Che voce usano le persone di successo?

I programmi televisivi sono sempre più spesso legati a format prestabiliti uguali per tutti i Paesi del mondo. Ciononostante, a parità di condizioni, alcuni conduttori sono più bravi di altri nel gestirli. Perché alcuni conduttori televisivi hanno più successo di altri pur dicendo cose molto simili? Qual è il segreto insito nella voce delle persone che piacciono a tutti?

Alcuni anni fa, analizzando la voce delle persone di successo e scomponendola nei fattori primari che vedremo più avanti, ebbi modo di capire che tutte loro usavano la voce in modo analogo: stesso modo di dosare le pause, stesso modo di comunicare fiducia, stesso modo di ispirare simpatia. Il suono della loro voce produce nell'inconscio collettivo emozioni positive indipendentemente dal significato delle loro Parole. I conduttori televisivi più amati ci hanno dato prova di un grande uso della voce - Corrado, Raffaella Carrà, Pippo Baudo e Mike Bongiorno -, e sono riusciti a conquistare i favori del pubblico anche grazie al modo in cui parlavano. Non sto dicendo che avessero solo una bella voce, ma che a parità di contenuti la loro voce riscuoteva più consenso rispetto a quella di altri presentatori. Anzi, alcuni di loro ancora oggi tengono testa ai colleghi delle nuove generazioni. Quali sono i suoni emessi dalla nostra voce che generano stati d'animo positivi? E quali invece allontanano generando distacco e fastidio? È possibile identificare i fattori positivi e imparare a riprodurre solo quelli?

Imparate a migliorare la voce

Per avere una bella voce dovete osare! Voi sapete parlare con una bella voce, soltanto che vi vergognate di farlo. Se qualcuno vi dicesse: "Prova a pronunciare questa frase con la voce impostata di un attore", non riuscireste forse a cambiarla, anche solo per un momento?

Provate a dire: "Buon uomo, sapreste indicarmi la strada per giungere al villaggio?" come se foste a teatro. Usate la vostra voce migliore: piena, forte, comunicativa.

Come dite? Vi sentite in imbarazzo? Vi sembra che se parlaste così gli altri vi prenderebbero in giro? Certo, lo so che pensate questo! E finché lo penserete, la vostra voce rimarrà sempre nell'ombra. I più grandi attori, i più grandi oratori, i più grandi uomini di spettacolo, i leader più carismatici, non si sono vergognati di usare la loro voce migliore. E il successo ha accompagnato la loro vita.

Ricordate: per avere una bella voce occorre che decidiate di usare la vostra voce migliore e questo potete farlo in qualsiasi momento. Anche adesso.

Provate: "Buon uomo, sapreste indicarmi la strada per giungere al villaggio?"

Migliorare la voce per migliorare la vita: punti chiave

* Saper riconoscere una voce cordiale non significa saperla riprodurre.

* L'uso sbagliato della voce è la maggiore causa di insuccesso nel comunicare: molto spesso usiamo le parole senza curarci della voce con la quale le pronunciamo.

* In una comunicazione non è importante il messaggio che parte, ma il messaggio che arriva; se l'altro non capisce ciò che abbiamo detto non dipende da lui, ma da noi.

* La nostra cultura dice di premiarti per come saprai imparare e padroneggiare i contenuti eppure spesso premia non chi sa di più, ma chi sa comunicare meglio.

* Il "daltonismo vocale" è una patologia della comunicazione: si verifica quando le nostre parole parlano di sentimenti positivi mentre la nostra voce lancia messaggi di segno contrario.

* La cosa più grave del daltonismo vocale è che nessuno ne conosce l'esistenza: per questo motivo, nessuno riesce a diagnosticarlo. Tutti ci chiediamo: "Cosa avrò detto di sbagliato?" anziché chiederci: "Che sentimenti negativi ho generato con la mia voce senza saperlo?" * Le persone tendono ad usare sempre il loro stile di comunicazione prevalente, quindi parlano nello stesso modo in tutte le situazioni con evidenti difficoltà nel raggiungere i loro obiettivi sociali.

* La voce comunica su due canali: emotivo irrazionale (i suoni) e logico razionale (le parole). Mentre siamo noi a decidere se attivare o meno il canale logico razionale, il canale emotivo irrazionale viaggia in maniera indipendente dalla nostra volontà.

* La voce parla direttamente ai nostri sensi, perché muove qualcosa di fisico intorno a noi e dentro di noi: è ineludibile e molto potente.

* Come esistono melodie musicali indimenticabili che ci emozionano e che siamo portati a cantare riproducendo proprio quella sequenza di note, allo stesso modo esistono prosodie affascinanti (per esempio quelle degli attori) che possiamo riprodurre ottenendo gli stessi risultati.

* I grandi attori, i grandi oratori, i grandi uomini di spettacolo, i leader più carismatici, non si sono

vergognati di usare la loro voce migliore e il successo ha accompagnato la loro vita.

Usare la voce per avere successo

"Bastano poche parole per descrivere come mi sento dopo aver applicato il metodo di Ciro ho vinto la timidezza!" Carlo

FourVoiceColors(r): il metodo che cambierà la vostra voce

Ciò che avete letto fin qui aveva lo scopo di introdurvi al metodo FourVoiceColors(r); ora entreremo nel vivo dei processi che vi aiuteranno a cambiare in meglio la vostra voce e la vostra vita.

Migliorare la voce migliora i nostri rapporti con gli altri e con questi la nostra esistenza, perché produce due importanti effetti:

- in ambito personale ci aiuta a vivere emozioni piacevoli • in ambito sociale ci aiuta ad acquisire consenso.

Piacere agli altri significa porre le basi affinché i meccanismi che portano verso il successo pubblico e privato si mettano in moto da soli. Ecco perché questa è la parte più importante del libro.

In questo capitolo vedremo come usare la voce nella maniera migliore, ovvero come fare in modo che diventi uno strumento che possa aiutarci a far succedere ciò che desideriamo.

Acquisire una voce utile

Il mio obiettivo non è quello di migliorare la vostra voce da un punto di vista strettamente "estetico", ma di consentirvi di raggiungere il traguardo di una voce "utile".

La voce ci serve per comunicare, e quando lo facciamo non abbiamo bisogno che qualcuno ci dica "Hai una bella voce". Anzi, se le persone si concentrano sull'estetica della nostra voce, significa che non sono coinvolte da ciò che stiamo dicendo. In questi casi l'estetica della nostra voce annulla il messaggio che vorremmo esprimere.

Credetemi, una bella voce trasmette soprattutto emozioni. Per comunicare efficacemente, dobbiamo essere credibili. E la credibilità, come abbiamo visto, è rappresentata dalla congruenza fra ciò che diciamo e il modo in cui lo diciamo. Quindi occorrono due "ingredienti":

- i contenuti (cosa vogliamo dire e che emozione vogliamo generare)
- i modi (sapere quali parole, quali gesti, quale vestito e voce usare).

Attenzione: non è così scontato conoscere bene l'alfabeto della comunicazione. Ipotizziamo che dobbiate recarvi ad un colloquio di assunzione. Probabilmente userete:

- un vestito sobrio che comunichi la vostra professionalità • parole che trasmettano educazione, garbo e competenza • gesti, sorrisi e movimenti adeguati . .
- una voce professionale.

Ma che cos'è una voce professionale? Come si fa a migliorare la voce per imparare a trasferire disponibilità, competenza e sicurezza? Fino ad oggi, l'unica strada possibile era quella di frequentare un corso di dizione.

Il corso di dizione

Il mio primo corso di dizione come allievo fu un'esperienza esaltante. Ebbi la fortuna di studiare con quello che secondo me è stato il più grande maestro italiano di dizione e con molta probabilità il più carismatico: il grande Iginio Bonazzi, attore magistrale della Rai di Torino dalla voce bassa e potente.

Era il 1984 e Bonazzi ci insegnò che:

- chiunque può modificare il suono della sua voce imparando a muovere i muscoli della bocca • la respirazione diaframmatica è la base di un eloquio sciolto ed espressivo • aprire bene la bocca mentre si parla è il segreto principale di una buona articolazione • esiste una grande diversità fra pensare di pronunciare una parola e saperla pronunciare veramente.

Imparai che la voce era composta da elementi espressivi, ognuno dei quali aveva una notevole importanza come elemento singolo e ne assumeva una ancora maggiore se combinato con ognuno degli altri. Gli elementi espressivi della voce, secondo il metodo classico, sono: il colore il tono il volume il tempo il ritmo il mordente.

Il colore, ovvero il primo elemento espressivo, era quello più significativo ma anche il più difficile.

Che cosa si intende per "colore della voce" in un corso di dizione? Con questo termine si intende la capacità

di una voce di esprimere uno stato d'animo.

Non si tratta di colori veri (giallo, verde, marrone eccetera) ma di una metafora, di una allegoria: colore malizioso, colore convincente, colore lacrimoso, colore accondiscendente, colore amoroso eccetera.

Bonazzi ci insegnò che una frase poteva essere pronunciata in almeno trentasei modi differenti, ognuno dei quali attinente ad uno specifico colore di voce e in grado di evocare un'emozione diversa: ironia, romanticismo, solennità, gravità, implorazione, tanto per citarne alcune.

Inoltre i colori della voce erano combinabili fra loro, dando così luogo ad infiniti e improbabili abbinamenti di sfumature: malizioso convincente, lacrimoso accondiscendente, amoroso drammatico, e così via.

Alla fine del corso di dizione mi trovai in una strana condizione: sapevo perfettamente quali fossero i colori della voce e quali fossero le possibilità di utilizzo dei medesimi, ma tutto questo era solo un processo mentale razionale.

Nessuno mi aveva spiegato come combinare questi elementi per produrre un miglioramento della mia comunicazione. All'epoca non esisteva un metodo per applicare la dizione alla vita di tutti i giorni: bisognava arrivarvi per tentativi ed errori, attraverso l'esperienza.

Se qualcuno mi avesse chiesto: "Dimmi questa frase con un colore umile" avrei saputo cosa fare; però ben presto mi accorsi che avere un colore umile in situazioni della vita che richiedono umiltà era ben altra cosa che saper esprimere un colore umile a comando. Conoscevo perfettamente tutti i colori ma all'atto pratico non ero in grado di utilizzarli.

Questo penso sia il più evidente punto di debolezza dello studio tradizionale della voce, che è stato sviluppato per gli attori (gli unici una volta a potersi beare di una bella voce) e, per inerzia, viene applicato anche oggi a tutti. In realtà, se a studiare lo sviluppo della voce è un attore, saper abbinare a tavolino la voce giusta ad un testo scritto è un punto di forza. Ad un attore non si richiedono quasi mai doti improvvisative, ma interpretative.

La libertà dell'attore non consiste nel cambiare le parole ma nel pronunciarle in modo originale ed espressivo.

In altre parole, gli attori non devono inventare le parole che pronunciano perché sono già scritte sul copione: il loro compito è solo quello di renderle espressive attraverso un lavoro che viene effettuato a monte. (Nota 1 Tuttavia questa impostazione è bizzarra, almeno ai giorni nostri. Lee Strasberg, il creatore dell'Actors Studio, soleva dire: "Nessuna conoscenza è più grande dell'abilità di sapere quando usarla". Fine nota 1)

Le persone comuni invece devono farsi capire, farsi accettare, farsi amare. E tutto questo spontaneamente, senza alcuna preparazione.

Quando cominciai ad insegnare, mi resi conto che la stessa difficoltà che avevo provato io la provavano i miei allievi: bravissimi se sollecitati a riprodurre un colore a comando ma assolutamente inadeguati a far sì che questo colore scaturisse automaticamente nella corrispondente situazione della vita.

Allora mi chiesi: È possibile creare un metodo che renda tutto più automatico, naturale ed utilizzabile?

Un nuovo codice

Come avete letto nell'Introduzione, questo libro si pone l'ambizioso compito di fare da ponte fra il codice degli attori e quello degli psicologi, offrendovi una nuova modalità per cambiare la vostra voce e ottenere dei miglioramenti nella vita.

Il corso di dizione fa imparare nuove modalità espressive. Ma non fa disimparare quelle sbagliate perché si parte dal presupposto che non ne esista nessuna sbagliata.

Abbiamo visto che nel corso di dizione tradizionale si studia come creare a comando trentasei diverse emozioni. Tutti i libri e i corsi classici sulla voce sono finalizzati ad un'attività di tipo teatrale. Poco importa che a frequentarli siano anche imprenditori, casalinghe, rappresentanti di commercio, impiegati, studenti:

l'unico corso per sviluppare la voce è quello che prepara al mestiere dell'attore e per inerzia viene somministrato anche a persone che mai nella vita saranno sfiorate dalla volontà di salire su un palco.

Come dicevo, al termine del mio corso di dizione non fui in grado di capire quando, come e perché usare i trentasei colori. Mi resi subito conto che mancava una parte del codice, e questa parte del codice è il metodo FourVoiceColors(r).

Con questo metodo vi insegno ad usare spontaneamente i quattro colori utili della vostra voce e a non usare più i due colori dannosi, ovvero a non danneggiare i vostri rapporti sociali e il vostro successo con l'impiego di una voce che ispiri sentimenti negativi.

Ripeto ancora una volta: nessuno decide di ispirare sentimenti negativi, è piuttosto vittima di errate abitudini che si porta dietro come bagaglio personale, abitudini del tutto inconsapevoli e dalle quali le persone non riescono a liberarsi.

Affinché il miglioramento della voce sia effettivo, occorre che questo rivesta un senso di utilità per la vita e

diventi un processo automatico FourVoiceColors(r) insegna ad usare spontaneamente la voce giusta nelle quattro situazioni chiave della vita: amicizia, fiducia, autorevolezza e passione.

Nel metodo FourVoiceColors(r) il colore della voce è la risultante matematica della combinazione degli altri elementi espressivi.

Volume + Tono + Tempo + Ritmo + Sorriso = Colore di voce

Chiunque sappia riprodurre volume, tono, tempo, ritmo e sorriso con la voce, può creare colore. Perciò questo metodo propone una possibilità oggettiva, riproducibile da tutti, di realizzare le quattro emozioni fondamentali, che come vedremo derivano dalla combinazione matematica dei cinque elementi espressivi.

Le basi di FourVoiceColors(r): la codifica delle emozioni facciali

Il metodo FourVoiceColors(r) non è stato ispirato solo dalla didattica della voce: la codifica delle emozioni facciali di Paul Ekman, per esempio, è stata un grande spunto. Nel corso dei miei studi universitari fui molto colpito dalle ricerche di questo psicologo americano. In realtà, quando venni a conoscenza del suo Facial Action Coding System (FACS) non sapevo che un giorno avrei fatto la stessa cosa con la voce.

La ricerca più importante di Ekman, pubblicata nel 1978, è appunto quella inerente la codifica delle espressioni facciali che l'essere umano utilizza in maniera istintiva quando prova alcuni sentimenti. In particolare, dimostrò che esistono sei espressioni facciali riconoscibili in persone di ogni parte del mondo: gioia, paura, sorpresa, rabbia, disgusto, tristezza.

Il contributo più rilevante di Ekman è quello di avere codificato l'esatta combinazione di muscoli che gli esseri umani mettono in atto ogni volta che si trovano a provare una delle sei emozioni elencate.

L'aspetto più interessante del FACS risiede nel fatto che può essere visto:

- sia come strumento di analisi per capire che emozioni prova la persona che abbiamo di fronte
- sia come strumento per generare negli altri la percezione che noi stiamo provando una determinata emozione.

Ciò non significa che sia possibile mentire senza che gli altri se ne accorgano. Nei suoi ultimi studi Ekman ha evidenziato come esistano delle microespressioni - della durata di un venticinquesimo di secondo - che un occhio attento o una macchina sanno interpretare e che ci rivelano con esattezza se la persona che abbiamo di fronte sta dicendo la verità.

La prima cosa che mi chiesi dopo aver studiato Ekman fu: che cosa capiterebbe se uno studioso applicasse gli stessi principi nella codifica delle emozioni vocali?

Le basi di FourVoiceColors(r): le fasi della vendita

La risposta alla domanda precedente mi arrivò molti anni più tardi, oltretutto in maniera casuale e in un momento in cui pensavo a tutt'altro.

Durante la mia carriera di formatore aziendale, mi trovai ad essere chiamato sempre più spesso per preparare i venditori nel processo di comunicazione. Cominciai così a familiarizzare con "fasi della vendita" o, per meglio dire, "fasi della negoziazione" o "fasi della relazione umana": tutti quei momenti, posti in una sequenza logica di emozioni, che caratterizzano l'andamento psicologico di una vendita efficace.

La prima fase viene chiamata approccio. Si tratta del momento in cui le due persone, venditore e cliente, si incontrano e stabiliscono un rapporto basato su simpatia e predisposizione verso l'altro. Nei corsi si insegna ai venditori l'importanza dei primi cinque minuti con un cliente, fondamentali non tanto perché si creino i presupposti per la vendita, ma necessari per poter passare alla fase successiva.

La seconda fase può essere chiamata (a seconda del metodo di formazione utilizzato) intervista, scoperta delle esigenze, oppure creazione di un rapporto di fiducia. È quella all'interno della quale il venditore dovrà creare un rapporto con il cliente fatto di fiducia ed empatia: dovrà fargli capire che può fidarsi di lui.

La terza fase viene chiamata argomentazione, oppure esposizione del prodotto. È la fase all'interno della quale il venditore fa capire al cliente la validità del prodotto rappresentato, dipingendo le caratteristiche e i prezzi in maniera convincente ed attendibile. È una fase caratterizzata da un forte senso di autorevolezza da parte del venditore.

La quarta fase è quella cosiddetta della chiusura, ovvero quella nella quale il cliente, convinto di effettuare un acquisto in cui il valore di ciò che spende è inferiore al valore di ciò che acquista, decide di firmare il contratto. Dopo la firma, di solito venditore e cliente manifestano apertamente uno stato di reciproca soddisfazione all'interno del quale esiste un aspetto emotivo.

C'è poi una fase, posta fra la terza e la quarta, che viene chiamata superamento delle obiezioni o annullamento delle resistenze, che io non considero e vi spiegherò perché quando vi parlerò della voce blu.

Se ci fate caso, le quattro fasi della vendita o della negoziazione corrispondono a grandi linee alle stesse fasi emotive che si susseguono nei rapporti fra amici, ma anche in quelli tra genitori e figli o di lavoro. Ogni relazione è in un certo senso una mediazione, all'interno della quale dovremo esporre la nostra piacevolezza e creare un accordo con gli altri su un obiettivo comune. Anche proporre di andare a vedere un film o fare i compiti, in fondo, è una negoziazione.

La sequenza delle quattro voci utili

Le quattro fasi della vendita mi incuriosirono moltissimo fin dall'inizio. La prima intuizione fu quindi immediata: se esistevano quattro fasi della vendita, ognuna delle quali caratterizzata da un particolare tipo di stato d'animo che i due interlocutori devono vivere, allora una vendita eccellente doveva essere fondata sulla sequenza di quattro diversi tipi di voce: voce cordiale nella prima fase, voce che ispira fiducia nella seconda, voce autorevole nella terza e passionale nell'ultima.

Per essere certo della mia intuizione, scrissi un esempio di trattativa di vendita basata sulle quattro fasi e lo registrai con la mia voce, avendo cura di differenziarla in maniera tale che nella prima fase generasse nell'altro un sentimento di cordialità, nella seconda un'apertura alla fiducia, nella terza un senso di credibilità e autorevolezza e nella quarta un sentimento di coinvolgimento. Lo feci ascoltare ad un gruppo di persone che confermarono il mio pensiero.

Per avvalorare l'intuizione, cominciai ad analizzare alcuni film basati sulla vendita. In uno di questi, Americani, trovai una profonda rispondenza alla mia intuizione: a seconda dell'emozione che volevano generare e quindi dello stato d'animo che volevano indurre nel cliente, venditori e responsabili vendite (Al Pacino, Jack Lemmon, Alee Baldwin, Kevin Spacey) cambiavano non solo le parole ma anche la voce, con il risultato che potete immaginare.

A quel punto, cercai di capire che cosa facessero i venditori veri, quelli che dalla vendita guadagnavano i soldi con i quali pagare l'affitto o il mutuo, che si presume quindi potessero avere grande interesse nel variare la voce a seconda della circostanza.

Scoprii così non senza stupore che, salvo rari casi, quando acquisti una casa, un'automobile, un computer, un prodotto finanziario o un'assicurazione, chi ti venderà questi prodotti parlerà con la stessa voce dall'inizio alla fine del rapporto.

Potete immaginare la felicità dei responsabili vendite quando proponevo il mio sistema per incrementare le vendite attraverso il miglioramento della voce. Ma io non ero ancora soddisfatto. Avevo avuto una bella intuizione, cioè che ogni essere umano possiede quattro voci, ognuna delle quali utile per comunicare un sentimento diverso, e che variarla a seconda dell'emozione che vogliamo creare agevola il risultato. Ma non era un metodo oggettivo.

Quattro voci, quattro colori

La seconda intuizione mi arrivò alcuni anni dopo quando un mio amico, responsabile della formazione di un'importante casa automobilistica italiana nonché esperto di Programmazione Neuro Linguistica, mi disse: "Scusa Ciro, tu parli sempre di colori della voce ma ne parli solo in termini metaforici. Mi dici che esiste un colore sincero, ma mi sai dire che colore ha la sincerità? È gialla, verde, blu... o viola?" All'improvviso ebbi un'illuminazione: senza volerlo, il mio amico mi aveva suggerito un'intuizione geniale.

Se avessi dato alla voce un colore reale, compreso nella gamma dal rosso al violetto, il metodo sarebbe stato molto più facile da memorizzare:

4 emozioni - 4 tipi di colore - 4 colori

In realtà, l'associazione fra colori ed emozioni, o fra colori e tratti di personalità, esiste già da diverso tempo. "Oggi sono di umore nero" o "Il nostro avvenire è roseo" sono solo alcune tra le espressioni che usiamo per indicare un determinato stato d'animo. La cosa veramente singolare è il fatto che nessuno fino ad oggi (a parte lo scrittore Carlo Lucarelli nel suo libro *Almost Blue*, ma per motivi molto diversi) aveva mai associato un colore vero alla voce, creando per esempio la definizione "voce blu" o "voce gialla".

Stava nascendo il metodo FourVoiceColors(r) che:

- è nato per generare negli altri quattro emozioni legate a ' quattro colori
- è un metodo concreto per cambiare in meglio la voce.

In altre parole FourVoiceColors(r) è un potente strumento operativo e la sua originalità risiede nel fatto che nessuno prima aveva parlato di quattro colori della voce collegati a quattro stati d'animo che, messi in sequenza e seguiti, portano con facilità ad un risultato.

Questa intuizione fu sviluppata quando, per insegnare alle operatrici di un call center quali fossero le modalità più importanti di utilizzo della voce, mi trovai a dover elaborare un metodo esaustivo, benché la

giornata formativa durasse solo otto ore. Avevo raggiunto il mio obiettivo: avevo inventato i colori utili. Ero passato dalla metafora dei colori del corso di dizione ai colori veri. Eppure, non ero ancora totalmente soddisfatto.

La codifica delle emozioni vocali

Continuai a tenere i miei corsi aziendali che andavano sempre meglio, anche perché stavo cominciando a capire davvero come fare a trasmettere ai partecipanti tutto ciò che sapevo.

Avevo inventato quattro colori corrispondenti a quattro emozioni, ognuna delle quali poteva essere trasmessa con un particolare modo di usare la voce.

Mi resi progressivamente conto che più facevo svolgere esercizi sul volume, sul tono, sul tempo e sul ritmo della voce, più le persone avevano facilità a capire e a riprodurre i quattro colori utili. La terza intuizione arrivò all'improvviso: gli elementi espressivi della voce erano tutti presenti in modalità differenti all'interno dei colori. Combinando quantità e dosi di volume, tono, tempo e ritmo, come in una ricetta di cucina, avremmo ottenuto voci che generavano emozioni diverse.

Era fatta: ora si trattava soltanto di scrivere il codice del metodo. Di lì a poco avrei inventato il vocabolario vocale.

Usare la voce per avere successo: punti chiave

* Migliorare la voce migliora i nostri rapporti con gli altri e quindi la nostra vita: quando acquisiamo consenso, i meccanismi che conducono al successo pubblico e privato si mettono in moto da soli.

* Per comunicare efficacemente, dobbiamo essere credibili. La credibilità è rappresentata dalla congruenza fra: - ciò che diciamo (i contenuti: cosa vogliamo dire e che emozione vogliamo generare)

- il modo in cui lo diciamo (i modi: quali parole, quali gesti, quale vestito, quale voce decidiamo di usare).

* Migliorare la voce imparando ad intonarla alle parole che usiamo aumenta enormemente la nostra credibilità.

* Affinché la nostra voce diventi davvero una fedele alleata, dobbiamo imparare ad usarla con naturalezza ed autenticità, senza forzature o premeditazione.

* FourVoiceColors(r) insegna ad usare spontaneamente la voce giusta nelle quattro situazioni fondamentali della vita: - amicizia (simpatia, voce gialla)

- fiducia (empatia, voce verde)

- autorevolezza (sicurezza, voce blu)

- passione (calore umano, voce rossa).

* FourVoiceColors(r) è doppiamente efficace perché insegna anche a non usare più le voci che ispirano sentimenti negativi: - apatia (voce grigia)

- rabbia (voce nera).

* Ogni rapporto sociale contiene in sé degli elementi di negoziazione: attraverso la comunicazione, si cerca di mettere insieme le esigenze di persone diverse.

* Ogni negoziazione eccellente si basa su una particolare sequenza di stati d'animo condivisi dalle persone coinvolte. Per comunicare efficacemente occorrerà saper usare la giusta sequenza di colori di voce allo scopo di attivare nell'altro gli stati d'animo corretti che, come catalizzatore psicologico, porteranno al risultato atteso.

* La giusta sequenza di stati d'animo e quindi di colori di voce è: amicizia - giallo fiducia - verde autorevolezza - blu passione rosso

Il metodo FourVoiceColors(r)

"Con questo metodo smetti di pensare a come comunicare e cominci a comunicare veramente! Espandi le tue emozioni e vai verso la libertà di parlare e una sensazione magnifica!" Renata

Il vocabolario vocale che semplifica la vita

Il motivo basilare per il quale alcune persone non riescono ad avere successo quando parlano ha origine nella grande confusione esistente su come dovremmo comportarci.

FourVoiceColors(r) è un "vocabolario vocale" semplice ed immediatamente disponibile.

Non ha senso comunicare autorevolezza durante una serata conviviale fra amici, eppure è proprio ciò che fanno tante persone timide. Non serve parlare con distacco durante un esame universitario, eppure è esattamente ciò che fanno molte persone insicure. Per ovviare a questo inconveniente occorre semplificare:

per relazionarci con gli altri in modo efficace non è necessario scegliere fra infinite modalità di comportamento. Per cavarcela egregiamente in ogni circostanza occorre saper riprodurre con la voce quattro

stati d'animo fondamentali:

• amicizia • fiducia • autorevolezza • passione.

Quando avrete appreso il metodo per generare queste quattro emozioni, sarete finalmente in grado di accompagnare il contenuto di ciò che dite con una voce sempre adeguata ed opportuna. Risultato; tutti ascolteranno con piacere ciò che dite.

Il metodo FourVoiceColors(r) è composto da cinque fasi:

1. imparate a riconoscere nella voce degli altri le sei emozioni fondamentali della vita
2. imparate a non comunicare più con la voce le due emozioni che allontanano (apatia e aggressività)
3. imparate a comunicare sempre le quattro emozioni che avvicinano (amicizia, fiducia, autorevolezza, passione)
4. imparate a mettere in sequenza le quattro emozioni di voce per generare stati d'animo positivi del vostro interlocutore
5. cercate subito occasioni per fare pratica: feedback positivi e consenso rafforzeranno la vostra autostima.

Un metodo pratico e oggettivo: la voce è un fatto fisico

Ciò che manca alla quasi totalità degli strumenti di analisi è il rimedio, l'antidoto concreto, la soluzione operativa: è molto gratificante che qualcuno ci dica chi siamo o come siamo. Sei timido, sei introverso, sei brillante, sei aggressivo... e allora? Che senso ha che tu mi dica come sono se non mi dai uno strumento operativo concreto per migliorare? È come se andando dal medico questi ci dicesse: "Lei ha la febbre" senza darci alcun farmaco per farcela passare.

L'intento del metodo FourVoiceColors(r) è invece quello di fornire risposte operative semplici ed immediatamente utilizzabili.

Essere arrivato a teorizzare questo metodo non è stato un processo semplice, come può sembrare leggendo questo libro. Più avanti sentirete parlare di voce verde e blu, e vi sembrerà la cosa più facile di questo mondo: cosa ci vuole ad associare quattro colori (quelli base: giallo, verde, blu, rosso) a quattro emozioni (quelle base: amicizia, fiducia, autorevolezza, passione) e queste a loro volta a quattro tipi diversi di voce? Avete ragione, è la cosa più semplice di questo mondo. Tuttavia, come spesso capita alle cose veramente semplici, nessuno al mondo prima d'ora ci aveva mai pensato.

A cosa serve essere sorridenti e cordiali? A rompere il ghiaccio.

Ma come si fa ad essere cordiali? Che cosa nel viso e nella voce di una persona ci fa scattare il pensiero "Quella è una persona cordiale"?

Di solito nei corsi di comunicazione i formatori dicono: "Siate cordiali!" "Abbiate una voce cordiale". Sì, ma cos'è una voce cordiale?

Sto per dirvi una cosa apparentemente banale ma in realtà importantissima: la trasmissione di cordialità fra esseri umani, così come di ogni altra emozione, è un fatto fisico e si compone di energia, di sapiente uso dei muscoli, di sblocco di emozioni.

Se volete capire cosa differenzia una persona autenticamente cordiale da una che non lo è, provate a guardare come muove i suoi muscoli. Le persone che sentiamo poco autentiche hanno i muscoli contratti, specialmente quelli facciali. È l'incapacità di coordinare i muscoli a generare il cosiddetto "sorriso di circostanza". E, badate bene, ce l'hanno anche gli sportivi! Lo sblocco muscolare di cui vi parlo si riferisce non ai movimenti intenzionali rivolti ad uno scopo performante (per esempio sollevare un peso o tirare una palla) ma a quelli non intenzionali, ovvero quelli che dovrebbero essere automatici (il sorriso quando viviamo un momento di piacere).

Quello che vi ho appena esposto è il punto nodale, che una volta compreso ci dà la possibilità di cambiare tutto. Noi crediamo di sapere cosa voglia dire essere cordiali, ma poi quando dobbiamo esserlo veramente rischiamo di non riuscirci.

Facciamo degli esempi pratici. Vivo in una casa con un padre taciturno, sempre arrabbiato, che batte i pugni sul tavolo. Mia mamma è soggiogata dalla personalità di suo marito. Non si parla mai, non si ascolta mai musica. Saprò cosa significa essere cordiale?

Un'altra persona, che invece vive in un mondo in cui tutti sorridono e si fanno dei regali, avrà la capacità di essere più cordiale? Evidentemente sì, perché ha vissuto emozioni positive. Essere cordiali non è la stessa cosa per tutti, perché la base di partenza del nostro vissuto condiziona pesantemente la nostra percezione di cordialità.

Abbiamo bisogno di riscontri oggettivi.

FourVoiceColors(r) è oggettivo: usa i cinque elementi espressivi (volume, tono, tempo, ritmo, sorriso) come fattori che, sommati e combinati insieme in modalità precostituite, forniranno i quattro colori di voce utili.

Arrivare al risultato senza accorgersene

La potenza e la semplicità del metodo FourVoiceColors(r) derivano dal fatto che raggiungerete il risultato senza che ve ne accorgiate. Ora vi spiego cosa voglio dire.

Il fallimento di molti metodi tradizionali di sviluppo della comunicazione deriva dal fatto che alle persone si dice: "Ecco, ora sii empatico, usa una voce calda..." Questo non è un vero cambiamento! Se diciamo "Sii empatico" ad una persona poco espressiva, otterremo inevitabilmente un misero risultato; la sua percezione soggettiva sarà: "Sto usando la mia voce più calda", ma la percezione oggettiva di chi lo ascolta sarà: "Che persona fredda!" Non serve dire ad una persona di essere empatica, occorre prima insegnarle ad usare i muscoli della voce (diaframma, lingua, muscoli facciali, complesso laringeo).

La novità del nostro metodo è rappresentata dal fatto che noi non passiamo attraverso il controllo cosciente. Io non vi dirò mai: "Usate una voce credibile, sincera", ma invece vi darò suggerimenti come: "Utilizzate tono basso, volume medio-basso, tempo lento, pause esitanti".

In questo modo vi troverete ad utilizzare una voce sincera senza essere passati dal controllo cosciente della vostra comunicazione, che non appena viene attivato potrebbe falsarne l'autenticità.

La formazione fino ad oggi ha cercato di generare emozioni nella comunicazione e di cercare di renderla efficace partendo da uno stato mentale, ovvero da uno stato d'animo di cui la voce era un effetto collaterale: "Sii positivo, sorridi e di conseguenza la tua voce sarà positiva e sorriderà".

'Ma se dici a qualcuno: "Sii positivo" mentre ha un umore triste, anche se ci prova non ci riuscirà.

Noi invece facciamo il contrario: lavorando sulla voce creiamo uno stato d'animo di positività. La voce diventa lo strumento con cui cambiare lo stato mentale attraverso il feedback positivo che ci arriverà da chi ci ascolta.

Aumentare l'espressività vocale

Il vero motivo per cui le persone non hanno una voce espressiva dipende da motivi di natura prevalentemente fisica. Nel corso degli anni, da quando nasciamo fino all'età adulta, subiamo continui condizionamenti che ci portano verso un'espressività sempre più controllata e razionalizzata. I bambini, dai quattro ai dieci anni, vivono una vita fatta di continuo movimento, di urla, risate, corse, schiamazzi. Insomma, la loro espressività non ha ancora subito condizionamenti e può essere vissuta appieno.

Il processo di condizionamento sociale è sicuramente molto utile. Impariamo che ciò che fa piacere a noi potrebbe dar fastidio a qualcun altro. Ma molto spesso produce su di noi delle conseguenze invalidanti a livello di comunicazione e, quel che è più grave, la gente non se ne rende conto.

Nei miei corsi, per esempio, incontro moltissime persone che pensano di avere un volume di voce alto mentre invece parlano in maniera appena udibile. Questo dipende dal fatto che è stato insegnato loro ad associare un volume di voce alto con sentimenti di aggressività o maleducazione.

Per riuscire a comunicare in modo espressivo i sentimenti dobbiamo avere grande padronanza dei nostri strumenti. In questo capitolo li passeremo in rassegna tutti e, con esercizi pratici, vi insegnerò a recuperare la funzionalità della vostra voce.

Inizieremo a familiarizzare con gli elementi espressivi della voce caratteristici del metodo

FourVoiceColors(r): volume, tono, tempo, ritmo e sorriso.

La cosa più importante da sapere è che esiste una percezione soggettiva della voce, che in parecchi casi è molto distante rispetto alla percezione oggettiva che ne hanno gli altri. Per esempio, ci sono persone che parlano con un volume di voce pari al 50% delle loro potenzialità e che quindi viene percepito dagli altri come medio. Ma pensando che il 50% corrisponda al loro 100%, queste persone credono di essere già al massimo della loro espressività. L'aspetto fondamentale è che quando riescono ad esprimersi al pieno del loro potenziale realizzano che la loro vita, legata ad un'espressività raddoppiata, può conseguentemente raddoppiare di intensità.

Forse fra le persone che possono raddoppiare l'intensità della propria vita ci siete anche voi.

Creare i colori di voce: facile come fare una torta

Ciò che ha agevolato la diffusione di questo metodo è la facilità con la quale è possibile per chiunque riprodurre i quattro colori di voce.

Pensate a farina, uova, latte, zucchero e lievito. Anche un bambino sa che con questi ingredienti, mescolati in combinazioni differenti, è possibile produrre la quasi totalità delle torte e dei dolci che esistono. Infatti, a seconda di come noi combineremo la farina con le uova, di quanto latte metteremo e anche a che punto della preparazione, di quanto zucchero aggiungeremo e così via, otterremo una torta Saint Honoré, la crema pasticciera oppure dei biscotti frollini.

Una cosa è certa: frequentando un corso di cucina vi insegneranno come combinare tra loro questi ingredienti dando per scontato che li conosciate e che sappiate come sia possibile procurarseli. Non ci crederete, ma con la voce capita la stessa cosa. I cinque ingredienti da combinare insieme sono i cinque parametri di base di cui è costituita la voce, ovvero: il volume il tono il tempo il ritmo il sorriso.

Appena riuscirete a conoscere bene queste componenti e a riprodurle fisicamente con la vostra voce, riuscirete ad essere espressivi e a "colorare" il modo in cui parlate.

Infatti, come abbiamo più volte detto, la voce è un elemento fisico della nostra personalità. Una voce espressiva è in grado di far vibrare le persone che ascoltano, è capace di spostare l'aria, di farsi sentire, di essere accattivante e coinvolgente. In altre parole, una voce espressiva deve avere la possibilità di sbloccare completamente le sue potenzialità.

Tono, tempo, volume, ritmo danno Colore l'emozione espressa dalla nostra voce importante è il sorriso
Gli ingredienti di FourVoiceColors(r) - Il volume

Il volume corrisponde all'intensità sonora con la quale ci facciamo sentire, è ciò che ci consente di farci ascoltare dalle persone che sono distanti da noi.

Ma il volume non è soltanto un elemento fisico che determina con quale potenza stiamo parlando, è anche un importantissimo elemento psicologico che trasferisce agli altri molte informazioni su quanto siamo sicuri di noi stessi, su quanto crediamo alle cose che stiamo dicendo, su quanto ci sentiamo a nostro agio.

Purtroppo, il volume viene spesso associato ad elementi di carattere negativo come la prepotenza, l'aggressività e la rabbia. Nella realtà dei fatti, il volume trasmette l'intensità emotiva della nostra convinzione. Affinché una persona venga ritenuta contenta di ciò che dice e desiderosa di coinvolgere gli altri all'interno del suo discorso, è inevitabile che il volume sia alto.

Non è difficile capirne i motivi: quando qualcuno parla sommessamente, guardando per terra, con un volume di voce basso, viene considerato poco credibile e non ha grandi possibilità di successo sociale.

Viceversa, un presentatore o una persona capace di coinvolgere un pubblico ha un volume della voce alto che, accompagnato dal sorriso, genera nella gente un sentimento di simpatia e piacevolezza.

A questo proposito, immaginate il conduttore o la conduttrice che preferite: Pippo Baudo, Carlo Conti, Milly Carlucci, Raffaella Carrà, Simona Ventura, Gerry Scotti... L'elenco potrebbe continuare a lungo ma tutte le persone che citerei sarebbero caratterizzate dalla capacità di usare un volume alto legato al sorriso nella fase di presentazione.

Per questo motivo, è estremamente importante che riusciate ad estendere le vostre capacità di volume. Ma le cose non sono così semplici come potrebbero sembrare. Molti, abituati a considerare giusto un volume di voce piuttosto basso, credono di parlare a volume alto quando nella realtà sono appena udibili. Si tratta di persone che solitamente riescono con facilità ad interloquire in un rapporto a due, ma che incontrano grosse difficoltà quando devono cominciare a parlare in pubblico.

Saper usare il volume non significa soltanto sapersi presentare con entusiasmo. Vuol dire anche essere in grado di sfruttare una voce di intensità bassa nel caso in cui si debba creare un clima di fiducia. Avere un volume che sappia proporsi con espressività, sia nei momenti più intimi della comunicazione sia quando dobbiamo coinvolgere un pubblico, significa avere a disposizione un grande strumento di comunicazione.

Volete sapere se la vostra voce ha un volume adeguato?

Prendete il CD allegato e andate all'esercizio corrispondente.

Gli ingredienti di FourVoiceColors(r) - Il tono

Un altro elemento espressivo importantissimo è il tono. Come nella musica, corrisponde all'altezza timbrica della voce che stiamo utilizzando, per cui parliamo di tono alto nel caso di una voce acuta e di tono basso nel caso di una voce grave.

Tutti i suoni che ascoltiamo hanno una tonalità: la voce di Barry White era caratterizzata da un suono prevalentemente basso, così come la voce di Arnoldo Foà o, fra i doppiatori, quella di Alessandro Rossi, conosciuta da molti per aver doppiato attori come Arnold Schwarzenegger, Liam Neeson, Samuel L. Jackson, Russell Crowe.

Il tono riveste grandissima importanza perché è alla base della prosodia, cioè la capacità di far capire il senso del discorso attraverso la modulazione di intonazioni diverse.

Dal punto di vista psicologico, invece, il tono è fondamentale perché più è basso - in particolar modo se è associato ad un tempo lento - più sarà in grado di generare uno stato di calma e rilassamento nell'interlocutore.

Viceversa, nel caso di un tono molto basso ma di un tempo piuttosto veloce, ci troveremo di fronte alla voce di un leader capace di guidare nell'azione i suoi uomini.

Volete sapere come migliorare il tono della vostra voce?
Prendete il CD allegato e andate all'esercizio corrispondente.

Gli ingredienti di FourVoiceColors(r) - Il tempo

Il tempo corrisponde alla velocità con la quale pronunciamo le sillabe che compongono le parole del discorso. Per tempo non si intendono le pause che intercorrono fra le diverse parti del periodo, ma proprio il rallentamento o l'accelerazione che si ha in forma equidistante tra le sillabe che noi pronunciamo.

Anche il tempo è un elemento espressivo che troviamo in musica. Avrete sentito sicuramente parlare di allegro, presto, adagio, andante: sono le modalità attraverso cui viene indicato il tempo in musica.

Nella lingua parlata, il tempo corrisponde spesso ad una caratterizzazione di stato d'animo: sarà lento nel caso di una narrazione, lentissimo nel caso in cui si debba leggere una favola, mentre invece veloce se vogliamo dire qualcosa manifestando eccitazione o coinvolgimento.

Un tempo veloce è anche una componente che a noi sfugge e che determina nell'ascoltatore la percezione della nostra tensione e quindi di insicurezza, specie nel caso in cui sia accompagnato a grandi esitazioni e mancanza di fiato.

Una cosa importantissima da sapere sul tempo è il fatto che spesso le persone non ne sono a conoscenza: è più semplice chiedere a qualcuno di aumentare il volume o il tono rispetto alla richiesta di accelerare o rallentare il tempo.

Il motivo è semplice. Nell'immaginario collettivo, un tempo molto lento corrisponde ad un momento in cui ci poniamo fortemente al centro dell'attenzione: per questioni legate alla timidezza è una situazione che la maggioranza delle persone cerca di evitare.

Volete sapere se riuscite a fare variazioni di tempo?

Prendete il CD allegato e andate all'esercizio corrispondente.

Gli ingredienti di FourVoiceColors(r) - Il ritmo

Come nella musica, il ritmo corrisponde a quella particolare combinazione che creiamo fra le parole che pronunciamo, il significato che vogliamo esprimere e le pause che interponiamo per rendere più pregnante questo significato. Le pause sono un altro elemento imbarazzante da gestire per la maggioranza della gente: quando ne faccio una, per riempire il tempo prima del momento in cui riprenderò a parlare, dovrò guardare negli occhi tutti, sorridere e manifestare una sensazione di sicurezza che spesso le persone non posseggono. Infatti sovente preferiscono pronunciare velocemente ciò che devono dire per fare in modo che il discorso termini il più presto possibile e vengano esonerate dall'increscioso compito di parlare in pubblico. Nella realtà, invece, la pausa è uno degli elementi più divertenti che esistano nel discorso. Ci consente di guardare le persone e di stabilire con loro un vero contatto empatico, che useremo per riuscire ad avere un buon rapporto con chi abbiamo di fronte.

" Nel nostro metodo, l'uso delle pause è di importanza fondamentale.

In particolare, esistono due tipi di pause che generano, a seconda di come vengono usate, un senso di complicità oppure un senso di distacco totale:

- La pausa che mette in condizione di amare ciò che diciamo corrisponde a una breve interruzione del discorso che ho definito esitante, cioè quella situazione in cui sembra che non sappiamo cosa dire e cerchiamo nella nostra mente le parole giuste per portare avanti il discorso. Con la pausa esitante, il nostro discorso viene riempito di ehm... oh... ecco... ovvero esitazioni che, se da una parte sembrano dare di noi un'immagine di scarsa sicurezza o scarsa padronanza dell'argomento, dall'altra sono un ottimo strumento per abbassare le difese di chi ci sta di fronte. Davanti ad una persona insicura, che sembra non sapere cosa vuole, siamo portati ad abbassare la guardia. Per intenderci, è un po' ciò che dice Al Pacino a Keanu Reeves nell'Avvocato del diavolo, quando gli consiglia di essere meno sicuro di sé e di mantenere un profilo più basso. La pausa esitante è tipica della voce verde.
- Il contrario della pausa esitante è invece la pausa netta, che determina l'idea che sappiamo perfettamente ciò che stiamo dicendo. È una pausa di tipo conclusivo, trasferisce nell'altro l'idea di persona senza dubbio seria ma forse poco simpatica e poco disposta al dialogo. La pausa netta è ciò che caratterizza la fase blu che, come vedremo, per non essere confusa con un atteggiamento troppo dittatoriale dovrà avere al suo interno un sorriso costante. La pausa netta è tipica della voce blu.

Volete sapere se le vostre pause sono nette o esitanti?

Prendete il CD allegato e andate all'esercizio corrispondente.

Gli ingredienti di FourVoiceColors(r) - Il sorriso

C'è un segnale particolare che cerchiamo quando incontriamo un viso nuovo: il sorriso.

Siamo in grado di coglierne uno a distanza di 30 metri. Il sorriso ci preannuncia che stiamo per ricevere un segno di apprezzamento o di affetto, ed è difficile non ricambiarlo.

Vi siete mai chiesti cosa non piace all'essere umano? Se scendete in strada e ponete questa domanda alla gente che passa, ci sarà chi vi dirà di non amare un certo partito politico, chi se la prenderà con coloro che hanno abitudini che ritiene disgustose, chi vi dirà di non amare un certo tipo di musica o di abbigliamento. Ma, se approfondiamo, scopriremo che tutti noi non amiamo essere preoccupati, ovvero non ci piace avere brutti pensieri.

Molto è stato scritto sulla quantità di pensieri generabili dall'essere umano. Ma a noi piace semplificare e diciamo che esistono solo due tipi di pensiero, che sono alla base di tutti gli altri: emozioni positive ed emozioni negative.

Più ci sentiamo indifesi e impotenti, più lasciamo aperta la strada alle emozioni negative. Non sapere come comportarci e andare verso l'incertezza apre infatti la strada alle preoccupazioni.

Volete un esempio? La paura di parlare in pubblico. Nei miei corsi persone di tutti i tipi, dall'impiegato al direttore generale di una multinazionale, mi dicono: "Se devo parlare in pubblico comincio a percepire un senso di preoccupazione, mi sudano le mani, sto male, dimentico i discorsi, mi manca il fiato".

Queste sono tutte reazioni emotive, date dall'incapacità di provare pensieri positivi.

Qual è l'elemento di potenza determinante che potete imparare attraverso questa semplificazione in quattro colori? È semplice. Se imparate come si fa a far sorridere la gente, è fatta. È tutto lì.

Se sapete qual è il comportamento, riproducibile ogni volta che volete, attraverso il quale gli altri saranno piacevolmente attratti da voi, sempre e comunque, non ci sarà più niente che vi possa fermare.

Il punto di partenza è il fatto che dovete imparare a parlare con Amore. È questo il segreto: parlare con Amore. Quando riuscirete a far emergere senza paura l'Amore che avete dentro di voi e allo stesso tempo riuscirete a cogliere l'Amore che c'è negli altri, non ci sarà più essere umano in grado di resistervi.

Indipendentemente da chi è l'altro: questa è una regola che si applica a qualunque essere umano, dal disoccupato all'imprenditore, dal giovane all'anziano.

Dentro ognuno di noi c'è dell'Amore e c'è la capacità di evocarlo negli altri. Ma finché io sarò preoccupato, rimarrà bloccato e non sarà in grado di evocare quello presente negli altri.

Fino a quando mi chiedo come andrà... non andrà. Ma se sblocco la mia capacità di generare avvenimenti piacevoli tutto ricomincerà a funzionare come d'incanto.

A questo punto qual è il potere che voi avete in mano con il metodo FourVoiceColors(r)? Il vostro potere deriverà dalla semplicità. Non avrete più infinite possibilità di comportamento come avete avuto fino ad oggi, con conseguenti indecisione, imbarazzo e nervosismo. Avrete quattro possibilità per generare quattro emozioni diverse a seconda di ciò che la situazione richiede.

Non vi chiederete più "Come mi comporto?" oppure "Quale delle 157.000 porte devo aprire per entrare nel cuore di chi ho di fronte?" Avrete quattro porte possibili, in grado di aiutarvi in ogni situazione della vita: l'amicizia, la sincerità, l'autorevolezza e la passione. Ci saranno chiaramente situazioni a metà strada - sincera autorevolezza, amicizia passionale e così via - ma tutto farà comunque riferimento a queste quattro possibilità.

La cosa importante, senza la quale il metodo non funzionerebbe, consiste innanzitutto nell'eliminazione delle due emozioni negative: il grigio (l'apatia o il "mestiere") e il nero (rabbia) che, pur essendo una forma di Amore, è un Amore disilluso, l'amore di chi dice: "Ho amato ma nessuno mi ha mai amato e allora vi odio tutti". t- - ' . • -'-.

Il sorriso è un elemento fondamentale della voce, che noi trasferiamo indipendentemente dalla nostra volontà. Il sorriso è la base dei sentimenti positivi, è quella parte della voce che riesce a far tornare rosso il nero, giallo il grigio. Fra poco capirete di cosa sto parlando. , t, , t, ?

Volete sapere quanto è coinvolgente il vostro sorriso?

Prendete il CD allegato e andate all'esercizio corrispondente.

Volume - è l'intensità con cui parliamo: più il volume è alto, più ci sentiranno da lontano Tono - è l'insieme di note che noi conferiamo ad ogni sillaba per dare un senso alla frase Tempo - corrisponde alla velocità con la quale pronunciamo ogni sillaba Ritmo - è l'insieme di note che noi conferiamo ad ogni sillaba per dare un senso alla frase è

Dai colori prevalenti ai colori completi

Nella vita di tutti i giorni, quando parliamo con persone che conosciamo bene, quando proviamo un senso di confidenza con l'ambiente, tutti noi siamo in grado di conversare piacevolmente con gli altri e di essere anche abbastanza espressivi.

E allora perché abbiamo bisogno di un metodo per aumentare l'espressività della nostra voce?

Perché, come abbiamo visto parlando del daltonismo vocale, in tutte le situazioni di insicurezza ed imbarazzo ognuno di noi reagisce alla timidezza usando un particolare stile di comunicazione, sempre lo stesso, che viene rigidamente applicato a tutte le circostanze. Quando siamo sotto stress, tutti i colori della nostra comunicazione si annullano e cominciamo ad usare sempre lo stesso per ogni circostanza. Come se per suonare una melodia al pianoforte usassimo sempre lo stesso tasto. Ovviamente questa "stonatura" viene avvertita dall'esterno e i feedback negativi che riceviamo ci irrigidiscono: perdiamo la capacità di fare battute, siamo goffi, impacciati e ci sentiamo inadeguati.

Infatti, benché i colori della voce siano di per sé tutti validi, perdono di efficacia se usati nell'occasione sbagliata. Esattamente come un capo di abbigliamento. Avere un bellissimo vestito da sera è un privilegio riconosciuto; ma cosa ne è della sua preziosità ed eleganza se lo indossiamo per andare in spiaggia? Questa è la stessa cosa che facciamo quando siamo in imbarazzo: diventiamo formali in situazioni semplici oppure simpatici in situazioni serie.

Anche le persone più espressive ad un certo punto hanno dovuto vincere la timidezza: ci sono riuscite per tentativi ed errori, grazie al talento. Oggi ognuno di voi, grazie a FourVoiceColors(r), può imparare come usare la voce giusta per intonarla a ciò che dice uscendo così vincente dalle situazioni di imbarazzo e timidezza. In altre parole, il metodo FourVoiceColors(r) serve a far sì che la piacevolezza della vostra comunicazione sia sempre più frequente e voi possiate essere brillanti e piacevoli.

Comunque, la tendenza ad usare sempre lo stesso colore di voce per ogni circostanza ha i suoi lati positivi: sicuramente siete già bravi a riprodurre almeno uno degli stili di voce che stiamo per proporvi. Siete curiosi di sapere quale? Sarete "un giallo" o "una verde" o "una blu"?

Benvenuti nei colori della voce

Siamo finalmente giunti al momento nel quale potrete iniziare a creare le voci che vi serviranno per comunicare meglio. Come vi avevo anticipato, ora arriveremo a realizzare i quattro colori di voce, ognuno dei quali corrisponde a un'emozione particolare: simpatia, fiducia, autorevolezza, passione.

Lavoreremo sulla voce: non sarà importante che pensiate di provare le emozioni che vi dirò, sarà sufficiente che usiate la voce come vi indicherò.

"Staccheremo" il cervello e lavoreremo esclusivamente sulla voce, utilizzandola in maniera indipendente dalla nostra mente. Sospendete il giudizio, lasciatevi andare, non pensate a ciò che state facendo. Fidatevi! I suoni che realizzerete verranno decodificati come un'emozione. Anzi, proprio quella particolare emozione che vi dirò corrispondere a quel particolare modo di usare la voce.

Chiaramente, questa sarà solo una fase di transizione che dovrà servire a sbloccare la vostra vera espressività: quando vi sarà chiaro come generare i quattro colori con la vostra voce, non dovrete fare altro che associare la rinnovata capacità muscolare ai vostri veri sentimenti.

Prima di proseguire: siete sicuri di aver fatto sufficiente esercizio per sbloccare la vostra espressività con volume, tono, tempo, ritmo e sorriso attraverso le tracce che avete trovato sul CD?

Se la risposta è sì, allora benvenuti nell'espressività di FourVoiceColors(r).

Volete risultare simpatici? Usate la voce gialla

La voce gialla significa generare simpatia attraverso il sorriso.

Nei primi anni della mia carriera, dal 1978 al 1988, e in seguito saltuariamente fino al 1997, ho lavorato in radio conducendo programmi di musica, intrattenimento, cultura, curiosità. Non avrei mai immaginato che queste esperienze mi sarebbero servite così tanto per insegnare alle persone come migliorare la loro voce.

Dovete sapere che il mestiere del conduttore radiofonico è il miglior esempio esistente di voce gialla.

Simpatico, sorridente, ben disposto verso tutti, sinceramente cordiale, il conduttore radiofonico riesce sempre con grande facilità ad avere un buon rapporto con tutti. L'esperienza della radio privata rimane impressa come un marchio di fabbrica anche in tutti quei conduttori che dalla radio si spostano verso la televisione:

Gerry Scotti, Amadeus, Carlo Conti, per citarne alcuni, conducono programmi televisivi con la stessa verve che avrebbero se fossero in radio.

La voce gialla è caratterizzata innanzitutto da un grande sorriso, costante e sincero. Qualunque cosa io dica senza sorriso non è gialla. E si tratta di un sorriso davvero autentico, che è possibile generare solo in assenza totale di preoccupazioni: non è possibile avere una voce gialla e quindi essere simpatici se ci preoccupiamo di volerlo essere.

In questa fase tenderò ad avere una voce piacevole, che distende, di buon rapporto, sorridente, tendente all'acuto. Una voce che comunica disponibilità, atteggiamento benevolo, percezione di benessere e volontà di condividere questo benessere in maniera consensuale e non conflittuale. Risponde ad un'esigenza precisa dell'animo umano: noi vogliamo vedere il sorriso per poterci fidare.

Ma è sufficiente sorridere? Nel mondo del lavoro, degli affari e del commercio capita tutti i giorni di assistere all'incontro di persone che, in maniera formale e costruita, si scambiano falsi sorrisi: "Buongiorno, dottor Rossi! Buongiorno, prego, si accomodi... ha fatto buon viaggio? Posso offrirle un caffè?" Questo atteggiamento assomiglia più al grigio che al giallo. È una comunicazione da mestieranti, falsa nonostante le buone intenzioni, che non fa fare passi avanti alla relazione. Quindi, per avere un risultato sorridere non basta. Affinché la voce sia gialla e comunichi davvero amicizia, occorre che il sorriso sia sincero e autentico.

Come si crea la voce gialla

Per generare la voce gialla bisogna innanzitutto usare un volume medio-alto, udibile con sufficiente precisione da persone distanti da noi circa 10 metri.

Al volume medio-alto andrà associato il sorriso, che andrà mantenuto per tutto il tempo in cui continueremo a parlare con voce gialla. Per essere sicuri di sorridere, occorre che mettiate la bocca come la terrestre per pronunciare una "i". Questo è il motivo per il quale i fotografi, quando ci scattano una foto, per essere sicuri del nostro sorriso, ci fanno pronunciare la parola inglese "cheese".

Il tono della voce gialla sarà alternativamente alto e basso, intonato alle parole che andrete a pronunciare, più acuto nelle fasi concitate e basso in quelle più discorsive.

Il tempo sarà quasi veloce, per generare negli altri quel senso di energia e divertimento caratteristico delle persone simpatiche.

Le pause non dovranno essere molto lunghe, al contrario dovete sentirvi coinvolti da ciò che state dicendo facendovi quindi trascinare dal discorso con un sorriso che migliorerà anche il vostro umore.

Per sapere esattamente come fare, andate ad ascoltare sul CD la traccia "La voce gialla" e seguite le indicazioni che vi darò.

Che effetto provoca la voce gialla

La voce gialla produce l'effetto di simpatia, dimostra la nostra attenzione verso gli altri, scalda tutti quelli che abbiamo intorno, ci pone come persone coinvolgenti e in grado di generare allegria nel primo approccio.

Però non bisogna esagerare. Se per esempio usiamo per molto tempo una voce gialla al telefono rischieremo di essere considerati un po' invadenti, se la utilizziamo in un colloquio rischieremo di sembrare poco sensibili nel momento in cui parleremo di argomenti seri. Infatti la voce gialla va usata in abbinamento a parole che determinino simpatia, e non empatia. Per esempio per dire: "Vuole un caffè?" oppure "Ci vediamo più tardi e facciamo tutto quello che vogliamo".

Al contrario, non è adatta per frasi che entrino troppo nell'intimità dell'interlocutore; infatti non posso chiedere a chi mi ascolta: "Come sta la sua famiglia?" sorridendo come fossi un DJ.

In pubblico la voce gialla può essere usata a lungo e con grandi risultati. Alcuni esempi in Italia sono Gerry Scotti, Carlo Conti, Antonella Clerici.

In quali situazioni dobbiamo usare la voce gialla

La voce gialla va usata nelle situazioni in cui l'approccio sorridente porterà a un buon risultato di comunicazione. Per esempio ogni volta in cui incontriamo qualcuno, anche se si tratta delle persone che incontriamo tutti i giorni da vent'anni a questa parte. Anzi, a maggior ragione, più la utilizzeremo con coloro che siamo abituati a vedere spesso (i nostri famigliari) più riusciremo a mantenere a lungo un rapporto esente da noia e conflittualità.

Va comunque considerato che la voce gialla deve essere relativa a un momento di approccio e simpatia: non appena entriamo in una relazione più intima la voce dovrà diventare verde.

Tono variabile alto-basso, tempo quasi veloce, volume medio-alto, pause brevi danno voce gialla amicizia sorriso costante

Volete generare fiducia? Usate la voce verde

Dopo il sorriso sincero prende corpo la seconda fase, quella verde, quella della distensione. Abbiamo conosciuto il nostro interlocutore, forse abbiamo fatto anche una buona impressione: è ora il momento di creare un vero contatto empatico, di stabilire un rapporto di fiducia. La voce è rassicurante, distensiva, innocua, crea contatto. Una volta ascoltate le risposte si prosegue dicendo: "Le piacerebbe che facessimo questa o quest'altra cosa?" La voce verde è quella che più di tutte le altre è legata al suono della vostra voce. Qualunque cosa voi diciate, verrà recepita come sincera, credibile, accettabile, umana. E questo, credetemi, indipendentemente da ciò che dite.

Secondo me bisognerebbe fare corsi di voce verde a tutti i leader politici del mondo perché verde significa fratellanza, empatia, comprensione, vera disponibilità alla negoziazione: mettersi nei panni dell'altro

cercando di capirne sinceramente i punti di vista e trovando un punto di contatto condivisibile che crei un rapporto basato su veri valori e quindi duraturo.

La voce verde è quella che utilizziamo quando sappiamo di avere sbagliato e chiediamo scusa in maniera autentica. Dovremmo incominciare ad usarla anche in altri momenti, cioè per entrare in un rapporto di empatia, basato su un sorriso vero e sul desiderio sincero di condividere un pezzo di strada.

La voce verde è talmente distante dal comune modo di pensare che non verrebbe in mente a nessuno di adottarla spontaneamente: è la voce del profilo basso, quella della persona innocua, di chi porge l'altra guancia, di chi non impone la sua personalità ma anzi lascia che sia l'altro a scegliere.

Di solito siamo portati a pensare che non produca grandi risultati. Nella realtà invece i migliori negoziatori, i più grandi leader e imprenditori hanno chiuso gli accordi più importanti senza imporre la propria volontà ma con una voce verde che lasciava all'altro la possibilità di scegliere o no se firmare l'intesa.

Come si crea la voce verde

Tecnicamente la voce verde non è difficile da realizzare: nella maggioranza dei corsi le persone imparano a usarla in non più di due ore.

L'essere umano si esprime con emotività e sincerità, quindi si presume che parli di sé in prima persona, raccontando le proprie esperienze, e non quelle di altre persone o di fatti oggettivi.

Il primo elemento espressivo da utilizzare è il volume, che dovrà essere medio-basso a testimoniare la nostra volontà di dialogare con l'altro accettandone tutte le condizioni senza voler imporre la nostra volontà.

Il tono dovrà essere basso, per dare l'idea che siamo profondamente tranquilli e soprattutto che entriamo in una situazione di pace nella quale il rapporto che stiamo per andare a creare è condiviso.

Il tempo dovrà essere lento, perché non abbiamo fretta: siamo rilassati e vogliamo rilassare.

Ma il fattore più importante è che durante la fase verde facciamo delle pause esitanti, all'interno delle quali la nostra voce viene trascinata come se non sapessimo cosa vogliamo dire, come se stessimo cercando le parole, proprio come fa una persona sincera che in quel momento sta cercando di capire cosa dire.

Per sapere esattamente come fare, andate ad ascoltare sul CD la traccia "La voce verde" e seguite le indicazioni che vi darò.

Che effetto provoca la voce verde

Provoca un effetto incredibile: dopo tre minuti di ascolto di voce verde, le persone hanno un rallentamento del battito cardiaco, si rilassano, entrano in una situazione elettroencefalografica di onde Alfa, cioè le onde mentali rallentate tipiche delle situazioni di pace e rilassamento.

Questo tipo di voce è auspicabile in tutte le situazioni in cui dobbiamo entrare in uno stato di vera relazione: per calmare l'altra persona, per negoziare, per manifestare piacevolezza. L'unica controindicazione risiede nel fatto che, dopo qualche minuto, questo eccesso di calma dovrà essere tramutato in qualcosa di dinamico: la voce blu.

In quali situazioni dobbiamo usare la voce verde

La voce verde può essere utilizzata pressoché in tutte le situazioni: con i genitori, il coniuge, i figli, gli amici, i colleghi, i superiori e i collaboratori.

In particolare, il suo impiego è molto importante in tutte quelle circostanze in cui si intende raggiungere un accordo basato sulla condivisione di valori. Hanno un grande beneficio dalla voce verde le maestre elementari, le mamme e i politici.

Credo di poter dire che la voce verde sia la punta di diamante del metodo FourVoiceColors(r). La voce verde è particolarmente importante perché oltre a generare fiducia ha anche un importante impatto psicologico e terapeutico: chi parla con voce verde trasferisce un senso di pace attorno a sé. Ora vi spiego cosa intendo. Quando pensiamo ad una persona pacifica, calma, rilassante, siamo portati a collegare queste qualità alle doti intrinseche dell'individuo. Uno stile piacevole viene collegato alla personalità, ai pensieri, al vissuto, alla filosofia... tutti elementi molto caratterizzanti e difficili da modificare. Non potremmo mai immaginare che una persona aggressiva in una giornata possa cambiare e cominciare a generare tranquillità e buon umore. Eppure vi garantisco che se insegniamo ad una persona nervosa come usare la voce verde, questa da subito vi sembrerà pacifica perché comincerà a generare tranquillità e consenso intorno a sé. E non ci vorranno anni o mesi: come ho già detto, la voce verde si impara in non più di un paio d'ore. Il fatto che possa esserci un cambiamento reale nella vita (e la persona diventi realmente più calma) dipende da mille fattori, alcuni dei

quali imponderabili. Se la nuova voce verrà applicata con costanza tutti i giorni, si otterranno risultati sorprendenti.

Ho visto persone imparare ad usare la voce verde e a familiarizzare con essa in brevissimo tempo. Molte di loro mi dicono che facendo uso della voce verde hanno modificato completamente l'ambiente intorno a loro. Mamme, medici, imprenditori, professionisti, tutti accomunati da un'unica caratteristica: applicando la voce verde il mondo circostante è diventato più pacifico, consensuale ed allegro. E di conseguenza la loro vita.

Esattamente lo stesso risultato cercato ed auspicato dalle persone che si rivolgono allo psicoterapeuta.

Tono tempo, basso lento, Volume, mediobasso, pause esitanti danno voce verde fiducia, sorriso dolce

Volete risultare autorevoli? Usate la voce blu

Ora entriamo nella fase blu, quella dell'autorevolezza. Il nostro interlocutore ci fa una richiesta precisa e noi ci facciamo carico di quella richiesta. Con voce pacata, sicura, autorevole e forte, diciamo per esempio: "Ho la possibilità di rispondere a questa esigenza con la massima certezza, soddisfacendo le tue richieste nel migliore dei modi. E ti spiego perché, innanzitutto..." Questa dichiarazione di sicurezza, affidabilità e convinzione, proposta a questo punto della relazione (dopo aver sorriso sinceramente, dopo esserci ascoltati reciprocamente, dopo aver instaurato un clima di fiducia e di piacevolezza), produce un unico risultato: le persone si fidano.

La negoziazione, la vendita, la presentazione sono assicurate. Le persone spesso però sbagliano modi e tempi: la voce blu va usata solamente se ho svolto con precisione le due fasi precedenti. È importantissima per far capire gli elementi di verità e affidabilità. Però un piccolo problema c'è: se comincio a parlare con voce blu - senza passare dalle altre due voci gialla e verde -, gli altri penseranno che sia un presuntuoso.

È esattamente ciò che accade alla stragrande maggioranza delle persone che parlano in pubblico, in particolare i politici: sono convinti che per risultare credibili debbano fare un discorso estremamente secco, che esprime grande sicurezza con parole scandite in modo perfetto.

È vero, bisogna fare così. Ma guai a sbagliare il momento: se noi usiamo questa voce secca e direttiva nel momento sbagliato, cioè senza essere passati prima dalla voce gialla e soprattutto dalla voce verde, saremo considerati come persone che vogliono imporre la propria volontà e quindi ci faremo dei nemici.

A mio avviso le obiezioni non esistono, sono frutto di un'errata modalità di porsi nei confronti degli altri. Ad ottenere molte obiezioni sono coloro che parlano da subito con voce blu. Viceversa, se sono riuscito a far capire che sono una brava persona, quando userò una voce blu tutti mi ascolteranno con interesse e fiducia. La storia del presidente Barack Obama si basa proprio su tutto ciò. Anzi, aggiungerei che c'è molta voce blu in tutti i presidenti degli Stati Uniti. Sia pur con differenti esiti in termini di simpatia. Volete usare la voce blu? Tirate fuori il presidente USA che è in voi!

Come si crea la voce blu

Innanzitutto, se stiamo usando una voce blu dovremo parlare di dati o fatti oggettivi con assoluta sicurezza senza dimenticare un pizzico di sorriso che contribuirà ad accrescere il nostro carisma.

Occorre che utilizziamo il volume medio-alto, come fanno tutte le persone che suscitano sicurezza (vi ricordate il monologo di Michael Douglas in Wall Street?).

Il tono dovrà essere tendenzialmente basso e conclusivo, cioè deve portare l'ascoltatore a pensare che le cose che stiamo dicendo siano come scolpite nella roccia: dirette, sicure, affidabili e incontrovertibili. Per intenderci, dovrà essere simile a quello che sentiamo usare dai narratori dei documentari.

Il tempo dovrà essere medio, sicuramente non veloce, qualche volta rallentato per andare a scandire con più precisione gli elementi che vogliamo che le persone ricordino maggiormente.

La caratteristica della voce blu è rappresentata dalle pause, che dovranno essere nette, secche, sospensive, con una particolare attenzione alla pronuncia precisa di tutte le finali di parola.

Per sapere esattamente come fare, ascoltate sul CD la traccia "La voce blu" e seguite le indicazioni che vi darò.

Che effetto provoca la voce blu

La voce blu si fa ascoltare automaticamente. È quel tipo di voce che hanno le persone particolarmente carismatiche e sicure di sé. Ma è un'arma a doppio taglio: proprio perché annuncia la nostra grande sicurezza ci rende molto più attaccabili, perché chi la utilizza non può permettersi di sbagliare.

Va quindi usata in tutte quelle occasioni in cui sappiamo con precisione quello che dobbiamo dire e in cui la nostra immagine dovrà essere il più possibile istituzionale.

In quali situazioni dobbiamo usare la voce blu

La voce blu va utilizzata sempre e comunque in situazioni all'interno delle quali dobbiamo affermare la nostra superiorità, autorevolezza o sicurezza. Per nessun motivo al mondo va invece adottata se nell'ambiente che ci circonda non abbiamo già generato un sentimento prima di simpatia e poi di empatia.

Tono basso conclusivo, volume medio-alto, tempo medio, pause nette sospensive danno voce blu autorevolezza sorriso sicuro

Volete entusiasmare e coinvolgere? Usate la voce rossa

La voce rossa ci comunica che siamo arrivati alla fase di vera spontaneità della relazione. Le nostre parole esprimeranno emotività e calore umano fino a toccare, in alcuni casi, contenuti di entusiasmo.

Serve per coinvolgere chi abbiamo attorno, far capire loro che i nostri freni inibitori stanno cominciando a cedere, che riteniamo utile a questo punto cominciare a divertirci veramente, di persona, che vogliamo trascinare e venire trascinati.

Per questo motivo, non è utilizzabile sempre ma soltanto in quei casi in cui abbiamo intorno persone che siano entrate con noi in una relazione di intimità.

Come si crea la voce rossa

La voce rossa non ha una sua caratteristica univoca come le altre tre voci, ma ne è la continuazione emotiva.

Infatti possiamo avere:

- una voce rossa che proviene dal giallo
- una voce rossa che proviene dal verde
- una voce rossa che proviene dal blu.

In tutti i casi la voce rossa è caratterizzata dalla mancanza di controllo: il volume è alto, per farsi sentire ma anche, e soprattutto, perché non si potrebbe fare a meno di far percepire la nostra passione.

Il tono è medio-alto, perché siamo trascinati degli argomenti, ridiamo mentre stiamo parlando, ci lasciamo coinvolgere e a nostra volta coinvolgiamo.

Il tempo è veloce, non perché lo vogliamo ma perché l'entusiasmo è più forte di noi e non è controllabile.

Anzi, se non fosse veloce non saremmo in voce rossa e non avremmo entusiasmo.

Il ritmo è chiaramente incalzante, perché siamo in preda all'emotività e ci lasciamo trascinare dalle parole che sembrano sgorgare dall'anima senza alcun controllo.

Per sapere esattamente come fare, andate ad ascoltare sul CD la traccia "La voce rossa" e seguite le indicazioni che vi darò.

Che effetto provoca la voce rossa

Più che dirvi che effetto provoca la voce rossa, preferisco dirvi quali sono le persone che maggiormente ne sono caratterizzate. Fiorello, Michelle Hunziker, Totò, in alcuni casi Simona Ventura, persone di grande entusiasmo, trascinanti, che quando parlano portano non solo simpatia ma anche grande senso di coinvolgimento.

In quali situazioni dobbiamo usare la voce rossa

È chiaro che va usata in tutte quelle situazioni in cui la nostra capacità di coinvolgere le persone che abbiamo attorno ci porterà a un risultato di piacevolezza.

La voce rossa è un fatto prevalentemente fisico e va attuata solo nel caso in cui il vostro coinvolgimento fisico sia elevato. In altre parole, non potete tentare di essere entusiasti, dovete esserlo.

Tono medio-alto, tono veloce, volume alto, ritmo incalzante danno voce rossa, sorriso intenso

La sequenza delle quattro voci: comunicazione è efficace

FourVoiceColors(r) significa letteralmente "quattro colori della voce". Come ho detto nei paragrafi precedenti, l'idea che la voce potesse avere quattro colori mi è nata analizzando le relazioni umane durante le negoziazioni, cercando di capire come alcune relazioni avevano esito positivo e soddisfacente ed altre venivano portate miseramente verso il fallimento.

La prima cosa di cui mi accorsi era che le relazioni avevano più probabilità di successo qualora le persone fossero state sincere e spontanee fin dall'inizio. In particolare, nel caso di interlocutori che si conoscevano per la prima volta, notai che avevano più successo tutti coloro che erano capaci di generare nell'altro fin dal primo istante un sorriso cordiale, sincero, ma soprattutto naturale: erano destinate al successo quelle relazioni in cui tutti si sentivano a loro agio.

Ho definito gialla questa prima fase, caratterizzata da cordialità autentica e sorriso: attraverso l'uso di una voce cordiale e sorridente, le persone sono in grado di rompere il ghiaccio.

Un'altra cosa di cui mi accorsi era il fatto che chi cercava di entrare troppo presto in una relazione intima con

l'altro otteneva quasi sempre una resistenza che impediva il prosieguo della relazione. In altre parole, quando due persone si incontrano, per poter passare alla seconda fase occorre che la prima sia già terminata. Ho chiamato fase verde quella situazione di empatia in cui le persone sono perfettamente a loro agio, stanno vicine e sono protese in avanti verso l'altro, si guardano negli occhi con interesse, sorridono e hanno una voce che ispira sincerità, autenticità ed onestà.

Ma anche qui notai una cosa estremamente interessante, forse la più interessante di tutte. Le persone che erano state capaci di stabilire un rapporto di empatia nella fase due, quella verde appunto, avevano più facilità nel risultare credibili quando cominciavano a parlare in maniera seria di una cosa che a loro interessava molto.

In particolare, vidi che i venditori riuscivano ad argomentare bene sul loro prodotto (fase tre, blu, autorevolezza) senza avere obiezioni soltanto nel caso in cui la loro relazione di vendita fosse partita bene con la fase di approccio (fase uno, gialla) e fosse continuata ancora meglio con la fase di empatia (fase due, verde).

Infine mi accorsi che le persone per poter vivere una comunicazione fatta di entusiasmo e quindi di abbandono completo dalla formalità (fase quattro, rossa, passione), necessitavano di aver affrontato con successo le tre fasi precedenti.

Ed ora voglio darvi alcune indicazioni operative per consentirvi di miscelare le quattro voci in un "mix vincente" di comunicazione.

La voce gialla è come l'avviamento, è la prima marcia, serve solo per partire. È ciò che usiamo per determinare simpatia, per dire "sono felice di parlare con te".

Ma dopo avere detto "sono felice di parlare" occorre parlare. E qui entriamo nel territorio di voce verde e voce blu alternate. Ma cosa le contraddistingue e le differenzia? Quali sono le insidie contenute in queste due voci? Come mai le persone che parlano in maniera affascinante sono così poche?

La differenza fra voce verde e voce blu è davvero minima da un punto di vista tecnico, ma lo è in maniera assoluta sotto il profilo dell'effetto che determiniamo sugli altri: nel primo caso avviciniamo, nel secondo allontaniamo.

Un primo piccolo segreto che vi voglio svelare per consentirvi di decidere in prima persona se avvicinare o allontanare coloro che vi ascoltano è questo: la diversa intonazione della frase nelle pause.

Prendiamo una frase qualsiasi, per esempio: "La prima volta che ci vedremo faremo una bella passeggiata". Nonostante il contenuto di condivisione presente nelle parole, l'effetto che provochiamo negli altri può essere di avvicinamento o allontanamento.

- Avvicinamento (voce verde): intonate la frase in modo da scendere di tono nella parola "vedremo", sulla quale farete una pausa ma senza troncane la vocale "o" finale di "vedremo".

- Allontanamento (voce blu): intonate la frase salendo di tono fino a "vedremo" e lì fate una bella pausa, secca, troncando la vocale "o". In sostanza il blu si produce facendo di ogni frase tanti tronconi netti.

Avrete modo di capire cosa intendo negli esercizi finali.

Le persone che parlano in maniera affascinante e accattivante sanno creare il giusto mix fra verde e blu, ovvero si lasciano un po' avvicinare per poi allontanarsi, per poi riavvicinarsi... come in una danza del corteggiamento. Questo giusto mix di disponibilità e autorevolezza è la base del fascino: ne è un esempio Lamberto Sposini che combina ottimamente voce verde e voce blu.

Un ottimo modo per capire bene la differenza fra voce verde e voce blu è quello di guardare un documentario. Nei documentari esistono due tipi di voce: voce blu (il narratore) e voce verde (il voice over, ovvero quella voce che sentiamo sovrapporsi a quella originale quando parla una persona che apporta la sua testimonianza). ; > i Un ultimo preziosissimo consiglio: non dimenticate di usare sempre il sorriso.

Ricordate: senza sorriso, il blu diventa nero e il verde diventa grigio.

Ciò di cui sto parlando è una specie di "Codice da Vinci", una sorta di combinazione vincente che tutti voi potrete usare ogni volta che vorrete per ottenere i migliori risultati. Usare la sequenza di voci giusta è come un passe-partout: apre tutte le porte. La giusta combinazione di voci apre il cuore di chi vi sta di fronte, esattamente come la giusta combinazione di numeri nel codice di un bancomat ci consente di prelevare i soldi dal nostro conto corrente.

Quando riuscirete ad essere sufficientemente esperti da saper riprodurre tutte le volte che volete la giusta sequenza: • Amicizia (giallo)

- Empatia (Verde)

- Autorevolezza (Blu)

- Passione (Rosso) vedrete che i risultati delle vostre relazioni saranno, come vi ho promesso nel capitolo precedente, prevedibili in anticipo e anzi sarete voi, con la vostra comunicazione, a sapere come generare negli altri l'emozione positiva che desiderate.

Ricordate: voce gialla - voce verde - voce blu - voce rossa
I DUE COLORI DA NON USARE MAI: IL GRIGIO E IL NERO

Ora conoscete anche voi i benefici che si ottengono applicando il metodo FourVoiceColors(r); tuttavia aver imparato a comunicare simpatia, fiducia, autorevolezza e passione può non essere sufficiente per "colorare" positivamente tutti i vostri rapporti. Sarà sostanziale infatti che impariate a non comunicare più in bianco e nero. Anzi, in grigio e nero.

La prima cosa da fare per eliminare il grigio e il nero dalla nostra vita è imparare a conoscerli e a riconoscerli, per cui ora ve ne illustrerò le funeste caratteristiche e più tardi vi spiegherò per quale motivo è davvero fondamentale evitarli.

Noia e apatia: la voce grigia

La comunicazione grigia è molto più frequente di quanto si pensi. Spesso, in una coppia, "va tutto bene": mai un litigio, pieno accordo su dove si tengono le uova in frigo, luogo di villeggiatura scelto insieme sul divano di casa. Eppure... qualcosa non va. Lo sapete voi e lo sa anche il vostro partner. Ma che cosa? Per avere la risposta, basta guardare cosa fanno due persone innamorate: la complicità con la quale si guardano, l'intesa con la quale si sorridono, la passione con la quale si abbracciano, il sorriso con il quale si parlano.

Spesso va tutto bene ma mancano cose importantissime: le più importanti. Ovvero, l'attenzione ai particolari. Affinché un processo comunicativo funzioni, le cose che si fanno, spesso, non sono così importanti; quando la comunicazione non funziona non è tanto per le cose che si sono dette o fatte, quanto per la mancanza di quelle non dette o non fatte.

Come disse Peter Drucker, autore conosciuto in tutto il mondo per la sua competenza sulle teorie manageriali, "La cosa più importante nella comunicazione è sentire ciò che non si sta dicendo". Volendo definire la comunicazione grigia, posso dirvi con semplicità che si tratta di una modalità attraverso la quale usiamo una voce brutta per dire cose belle.

Vi faccio un esempio. Avete presente quelle persone che parlano al telefono raccontando di vacanze meravigliose, avventure sentimentali, cibi esotici, posti incantevoli con la stessa tranquillità e distacco con la quale parlerebbero di un giro al supermercato? Ci sono moltissime persone così: cercano di darsi un tono facendo capire che ciò che per altri è meraviglioso per loro è assolutamente normale. Ne è un esempio il personaggio di Marco Ranzani inventato dal DJ Albertino negli ultimi anni su Radio DeeJay.

La causa di una comunicazione grigia ha origine proprio nel distacco da ciò che si dice. Essere grigi significa parlare di argomenti meravigliosi... con la stessa voce che si userebbe per dire "avanti un altro".

In ambito aziendale l'esempio più evidente di voce grigia è rappresentato dai customer center telefonici, quelli per intenderci che rispondono quando chiamiamo un numero verde. Gli operatori vengono sottoposti a training di ottimo livello, che però spesso riguardano "cosa" dire e non "come" dirlo. Risultato: bellissime frasi dette velocemente, mangiando le parole e con voce assolutamente atonale.

Esempio:

"CUSTOMERCENTERAZIENDATALDEITALIBUONGIORNOSONOROSSIIINCOSAPOSSOAIUTARLA?" Questa formula di risposta è pensata per dare al cliente l'impressione di essere coccolato. Ma se viene pronunciata così, male e tutta d'un fiato, produce l'effetto contrario e fa venire solo voglia di riagganciare. Come vi sentireste se vi dicessero "Ti amo" con freddezza?

La voce grigia è una specie di anestesia, è l'abitudine a vivere la nostra vita senza quell'entusiasmo e quell'espressività che le situazioni richiederebbero.

Spesso è la società, con le sue regole, ad abituarci al grigio. Molte volte infatti siamo grigi solo perché vogliamo essere educati: abbassiamo i toni, parliamo quasi sussurrando, reprimiamo le manifestazioni di entusiasmo. Magari siamo al ristorante e stiamo mangiando un cibo buonissimo ma per essere "educati" non facciamo trapelare il nostro piacere. Tutto questo "per non recare disturbo".

La nostra educazione, per cercare di farci mantenere un tono, ci ha portati tutti verso un comportamento fatto di distacco e mancata attenzione al garbo e alla piacevolezza dell'eloquio. Quindi, in realtà, la nostra educazione ci rende maleducati perché una regola base del galateo è proprio la trasmissione di piacevolezza che dobbiamo mettere in atto quando incontriamo una persona.

Un'altra cosa molto importante da sapere sulla voce grigia, per non fare confusione, è il fatto che essere grigi non significa essere tristi ma apatici. Se fossimo tristi saremmo verdi. La differenza fra il grigio e il verde è molto semplice: se esprimo un disagio con voce verde sto coinvolgendo me stesso, i miei sentimenti, quindi creo empatia e l'altro è portato ad aiutarmi.

Le stesse parole espresse con voce grigia ottengono invece un effetto di chiusura, di distacco: l'altro non può entrare in comunicazione con me perché ho tolto ogni possibilità di contatto. Questo è il motivo per cui

molte persone, pur lamentandosi per motivi validi, ottengono poca attenzione.

La voce grigia non è una voce intenzionale: è una voce di cui siamo vittime. Nel momento in cui diventa intenzionale, non è più grigia ma diventa verde.

Nessuno usa una voce grigia sapendo di usare una voce grigia: se così fosse la cambierebbe. Nessuno parla sottotono perché decide di farlo: le persone non sanno che potrebbero avere maggiore espressività. C'è buona fede nella voce grigia ed è per questo che è difficile da eliminare. Perché nessuno ne è consapevole.

Come si crea la voce grigia

In realtà sapere come si crea una voce grigia non ci serve tanto per imparare a riprodurla, quanto per imparare come riconoscerla negli altri, e soprattutto come non usarla noi!

La prima caratteristica della voce grigia è l'assenza di dinamica. Per dinamica, in musica e in fisica acustica si intende la capacità di effettuare variazioni di volume. Per esempio, può essere considerato dinamico un discorso in cui cominciamo parlando a volume basso e poi, dovendo rimarcare concetti importanti, aumentiamo di intensità per conferire forza alle parole chiave.

Se avete l'abitudine di parlare sempre con lo stesso volume di voce, senza mai effettuare variazioni espressive, è probabile che siate "affetti" da voce grigia.

La seconda caratteristica chiave della voce grigia è la componente monocorde del tono: frasi pronunciate tutte con la stessa intonazione, un po' cantilenante, senza entusiasmo, con stanchezza e distacco.

La terza componente è il tempo, che sarà quasi lento ma soprattutto sempre uguale, senza variazioni.

Il ritmo sarà talmente lineare e privo di pause espressive da provocare noia.

Infine, se intendete produrre una vera voce grigia DOC, occorre che non sorridiate mai.

Volete sapere di che colore siete? Un modo infallibile per capire se siete grigi è quello di farvi filmare o di andare allo specchio!

Una persona verde avrà sempre negli occhi una nota di sentimento, ovvero la capacità di colloquiare con l'altro. Un grigio non ha luce negli occhi. Tradotto in termini tecnici significa che i muscoli sono usati poco, le sopracciglia sono piatte, l'occhio tende ad essere semichiuso: un'espressione amorfa.

Tono a cantilena medio-basso, tempo quasi lento, volume basso, pause lente annoianti danno voce grigia, noia e distacco

Rabbia e aggressività: la voce nera

Mentre la descrizione della voce grigia è ricca di sfumature, quella della voce nera è decisa e semplice.

Infatti, mentre il concetto di voce grigia si può prestare ad interpretazioni, la voce nera la conosciamo tutti e bene. Immaginate una persona che si arrabbia, alza il volume di voce, manifesta apertamente il suo dissenso: siamo circondati da persone così, e ciò che è peggio è che si tratta di un cliché televisivo di successo, quindi potenzialmente modellabile e imitabile.

Non mi soffermerò sui danni che una persona aggressiva e violenta provoca a se stessa e agli altri; voglio farvi notare quanto tutto ciò possa essere reso drammaticamente vero e sentito da una voce arrabbiata.

Ora io potrei descrivervi nei minimi dettagli una persona arrabbiata, portandovi ad immaginarla vividamente.

Per quanto la vostra immaginazione possa essere fervida, non potrebbe riuscire neanche ad avvicinarsi al senso di terrore che provoca una voce aggressiva tonante quando ti parla a mezzo metro di distanza.

Il motivo è sempre lo stesso: la voce parla all'inconscio.

Come si crea la voce nera

La voce nera è sempre spiacevole.

Il volume è alto o altissimo, quasi forzato; in alcuni casi le corde vocali sono talmente sollecitate da stridere tra loro e dare la netta sensazione che "la voce se ne stia andando". In realtà non è una sensazione: le corde vocali sono un organo delicato che può rovinarsi a lungo andare.

Il tono è medio-alto, ma può essere anche basso. Mentre un tono alto "da uragano" con volume sostenuto comunica violenza, un tono basso con volume medio può comunicare disprezzo.

Il tempo è sempre veloce e rallenta nel caso di una voce sprezzante.

Le pause non ci sono più: sono assolutamente annullate dal flusso di negatività.

Tono medio-alto con mordente, volume alto rafforzato, tempo medio veloce ritmo serrato con pause danno voce nera rabbia odio costante

Perché non dobbiamo usare mai le voci grigia e nera?

Di solito tutti sono d'accordo sulla necessità di non comunicare in grigio: a nessuno piace una città grigia, un cielo grigio, una vita grigia. Grigio significa noia, solitudine, desolazione, concetti che nessuno ama.

Diverso è invece il discorso se parliamo di voce nera: molte persone non solo ne difendono l'uso, ma

addirittura la considerano indispensabile.

In realtà la voce grigia e la voce nera hanno una caratteristica peculiare che le accomuna: quella di generare sentimenti che allontanano il prossimo portando così gli individui verso la solitudine.

Nonostante ciò, qualcuno ritiene che la voce nera sia inevitabile e imprescindibile. I casi sono innumerevoli: il capo che asserisce di ottenere risultati solo quando "alza la voce" con i suoi dipendenti, la mamma che riesce a farsi ascoltare dai figli solo quando urla, l'insegnante che per essere rispettata adotta uno stile autoritario, e via discorrendo.

Non intendiamo minimamente sminuire la portata dei risultati ottenibili da una voce nera, rabbiosa, aggressiva e tonante. Anche il lancio della bomba atomica, nella seconda guerra mondiale ottenne un risultato. Sì, ma con quali conseguenze?

Siamo davvero in guerra con le persone con cui parliamo? È proprio così impossibile trovare una via pacifica per andare d'accordo?

Tutti condanniamo la violenza e l'aggressività, ma nonostante ciò spesso prediligiamo uno stile aggressivo che pare essere l'unico efficace: non vi sembra un controsenso? In realtà, come vedremo nella seconda parte del libro, facciamo ciò solo per paura. Molti, non conoscendo le regole di un buon rapporto sociale, ne sono impauriti e quindi tendono a reagire attaccando.

In termini operativi, la prossima volta in cui vi capiterà di avere un alterco con qualcuno, provate a sostituire la voce nera con quella verde. Rimarrete sbalorditi della vostra efficacia e di quanto più potente sia la dolcezza rispetto alla rabbia.

Assodato che voce grigia e voce nera sono entrambe negative, ora la domanda è d'obbligo: perché è così importante imparare a non usarle più? Non sarebbe sufficiente cominciare ad usare solo i colori utili?

No, non sarebbe sufficiente, perché spesso noi usiamo la voce grigia e la voce nera senza saperlo e senza esserne coscienti. Ne abbiamo già parlato nel paragrafo "Aumentare l'espressività vocale": noi usiamo poco e male gli elementi espressivi della voce perché non siamo allenati fisicamente. Per questo motivo, fino a quando non avremo imparato a usare automaticamente i colori giusti, dovremo fare molta attenzione anche a non parlare "senza colore".

Vi sembrerà singolare, ma è una questione matematica: ogni volta in cui parlo con una voce grigia o nera tolgo spazio all'uso di una voce colorata.

Tutti sappiamo che se occupo uno spazio con un oggetto, non mi sarà possibile porvi nient'altro. Se riempio una mensola di libri, non potrò più collocarvi delle piante. Se ho un magazzino di 25 metri quadri e lo riempio con 25 casse da un metro per un metro, non avrò più spazio per null'altro.

Bene, con la voce capita la stessa cosa: se parlo tutti i giorni con una voce grigia (apatica) o nera (aggressiva), evidentemente non parlerò con una voce gialla (simpatica) o verde (sincera). Voglio essere ancora più preciso: se parlo per due ore con aggressività, in quelle due ore non parlerò con dolcezza.

E c'è di più. La voce grigia e la voce nera creano dei meccanismi che mi porteranno ad usarle sempre di più: ricevendo sentimenti negativi, le persone si rivolgeranno a me con antipatia o rabbiosamente, e questo mi porterà a reagire nello stesso modo.

Inoltre, voce grigia e voce nera sono contagiose. Vi è mai capitato di fare la coda in un ufficio pubblico e di incontrare qualcuno che comincia a lamentarsi? In brevissimo tempo la sua insoddisfazione viene passata per osmosi alle altre persone, che cominciano a parlare a loro volta di qualcosa che non va.

L'esecrabile pratica di lamentarsi trasferendo agli altri i propri problemi produce conseguenze molto negative sull'umore delle persone e dovrebbe essere sanzionata almeno tanto quanto viene sanzionato chi procura un danno fisico. Invece nella nostra società siamo ormai anestetizzati al lamento e non ce ne accorgiamo più.

Ecco perché è fondamentale fare grande attenzione a non usare più le voci grigia e nera.

Il metodo FourVoiceColors(r): punti chiave

* FourVoiceColors(r) si basa su una formula semplicissima: 4 emozioni 4 tipi di voce 4 colori * Molte persone non hanno successo quando parlano perché non sanno quali parole, quale voce e quali movimenti devono usare.

* FourVoiceColors(r) semplifica la vita perché fornisce un "vocabolario vocale" semplice ed immediatamente disponibile composto da cinque fasi: 1. imparate a riconoscere nella voce degli altri le sei emozioni fondamentali della vita 2. imparate a non comunicare più con la voce le due emozioni che allontanano (apatia e aggressività)

3. imparate a comunicare sempre le quattro emozioni che avvicinano (amicizia, fiducia, autorevolezza, passione)

4. imparate a mettere in sequenza le quattro emozioni di voce per generare stati d'animo positivi del vostro interlocutore 5. cercate subito occasioni per fare pratica: feedback positivi e consenso rafforzeranno la vostra

autostima.

* La trasmissione delle emozioni è un fatto fisico: sblocco corporeo delle emozioni attraverso un sapiente uso dei muscoli.

* FourVoiceColors(r) genera autenticità espressiva anche nei timidi perché lavora direttamente sulla voce.

* Creare i colori ed aumentare l'espressività della voce è facile: a seconda di come vengono combinati fra loro, gli elementi espressivi della voce possono generare emozioni anche completamente diverse. Eccoli: - il volume (l'intensità, forte o debole, con cui gli altri ci sentono)

- il tono (l'altezza timbrica della nostra voce, acuta o grave) - il tempo (lento o veloce, sancisce la distanza fra le sillabe)

- il ritmo (la combinazione di parole e pause)

- il sorriso (il più efficace strumento per dire "sto bene con te").

* Volete risultare simpatici? Usate la voce gialla - la voce gialla, sorridente e cordiale, genera simpatia - ingredienti: volume medio-alto, tono alto-basso, tempo quasi veloce, pause brevi, sorriso costante - la voce gialla porta allegria e buonumore nel primo approccio - va usata quando incontriamo qualcuno, conosciuto o meno.

* Volete generare fiducia? Usate la voce verde - la voce verde, sincera e rassicurante, vi rende credibili - ingredienti: volume medio-basso, tono basso, tempo lento, pause esitanti, sorriso dolce - la voce verde rilassa, distende, comunica empatia e sincerità - è la voce più importante perché genera consenso.

* Volete risultare autorevoli? Usate la voce blu - la voce blu, affidabile e sicura, è propria delle persone carismatiche - ingredienti: volume medio-alto, tono basso conclusivo, tempo medio, pause nette, un pizzico di sorriso - la voce blu, istituzionale, comunica sicurezza e rispetto - va usata dopo la voce verde per comunicare forza e solidità.

* Volete entusiasmare e coinvolgere? Usate la voce rossa - la voce rossa aggiunge emotività alle voci gialla, verde e blu - ingredienti: volume alto, tono medio-alto, tempo veloce, ritmo incalzante, sorriso intenso - la voce rossa, propositiva, entusiasmo e trascina - va usata per coinvolgere attivamente chi abbiamo attorno.

* I due colori da non usare mai: il grigio e il nero - non generate mai sentimenti che allontanano!

- per comunicare colore con la voce occorre smettere di comunicare in grigio e nero - la voce grigia significa usare una voce brutta per dire cose belle - la voce grigia è un'anestesia, ci priva di quell'entusiasmo e quell'espressività che le situazioni richiederebbero - la voce nera esprime rabbia ed aggressività - le voci grigia e nera sono contagiose.

Le applicazioni del metodo FourVoiceColors(r)

"Ho imparato un sacco di cose sulla comunicazione efficace! Al lavoro un collega mi ha detto: 'Smettila di sedurre i clienti!' E i clienti sono molto più disponibili e collaborativi. Quelli arrabbiati poi... rimangono disorientati e si scusano del loro comportamento!" Nikita

Personaggi che usano i colori senza saperlo

Pensare che esistano quattro colori di voce positivi e due colori di voce negativi sicuramente è un concetto che riduce la complessità della comunicazione.

Comunque, non tutti al mondo devono imparare ad usare correttamente i colori, al contrario: ci sono persone che parlano naturalmente con i quattro colori senza neanche sapere che questi esistano. Appartengono, perlopiù, al mondo dello spettacolo o comunque al mondo dei personaggi pubblici e sono un ottimo esempio di come dovremmo usare la voce.

Straordinari leader come papa Giovanni Paolo II, John Kennedy, Martin Luther King e Barack Obama sono la dimostrazione che una forte leadership si basa su grandi componenti umane e quindi sulla voce verde.

Rimanendo in Italia, una persona che usa la voce in maniera straordinaria è senz'altro Raffaella Carrà.

È uno dei massimi esempi di come la naturalezza nella comunicazione possa portare ad avere un buon rapporto con tutti e, conseguentemente, un buon successo personale e pubblico. Ma proviamo ad analizzare insieme il suo modo di parlare. Lei sa essere gialla, quindi realmente amica, autentica nella sua cordialità. Sa essere verde perché entra sinceramente in rapporto con le persone che la ascoltano (ricordate il gioco dei fagioli nel contenitore?), sa essere blu perché è molto autorevole e credibile quando parla e sa essere rossa perché è un'artista coinvolgente.

Un'altra persona che per natura possiede i quattro colori è sicuramente Pippo Baudo che dà sempre l'impressione di divertirsi a fare ciò che fa; possiede un'autentica cordialità, è molto credibile e sincero, sa coinvolgere ed essere autorevole, ma è anche un musicista, un pianista, uno show-man dalla voce rossa.

Nel mondo dello spettacolo ci sono altri artisti capaci di usare bene i quattro colori, anche fra i conduttori e i presentatori più giovani.

Un ottimo banco di prova delle quattro voci è un gioco in onda da qualche anno su Raiuno dopo il telegiornale, Affari Tuoi. Per condurlo è d'obbligo possedere le quattro voci.

Il primo conduttore fu Paolo Bonolis, un grande esperto dell'uso delle quattro voci. Poi fu la volta del cantante Pupò, che sorprese tutta l'Italia con uno stile di conduzione estremamente naturale, credibile, ricco di amicizia per i concorrenti ma non per questo meno autorevole o passionaie. Poi fu la volta di Antonella Clerici, insuperabile nella voce gialla. Dopo di lei il programma fu affidato a Flavio Insinna, forse il più completo e carismatico conduttore che quel programma abbia avuto, favoloso con la sua voce verde in grado di entrare in vero rapporto di empatia con i concorrenti. Dopo Insinna il programma è stato affidato a Max Giusti, che ha saputo adeguare la sua esuberanza al programma dosando con maestria tutte le emozioni che questo richiede.

Alcune persone del mondo dello spettacolo sono state aiutate dal fatto di avere una voce molto riconoscibile e profondamente legata alla personalità. È il caso di Maria De Filippi, la cui voce sempre pacata, rassicurante, amichevole, garbata, è stata ed è parte integrante del successo riscosso con i suoi programmi. La voce di Maria De Filippi è particolarmente interessante perché rappresenta una vera rottura con lo stile sempre simpatico e un po' sopra le righe dei conduttori fino agli anni '90. Il suo stile è basato su un rapporto sempre molto intimo sia con le persone presenti nel programma sia con il pubblico a casa. È uno degli esempi più classici di uso efficace della voce verde. Quando Maria parla è sempre rassicurante e comprensiva, e questa sua caratteristica peculiare è il punto di forza del rapporto che è stata in grado di instaurare con il pubblico giovane.

Un'altra persona dalla voce estremamente caratterizzante, ma questa volta di profilo in prevalenza giallo, è Giancarlo Magalli, che sulla componente di simpatia ha basato il suo stile. Magalli è molto interessante perché, pur essendo ironico, ha sempre saputo associare le battute ad un sorriso dolce, in grado di generare piacevolezza e distensione grazie alla sua eccezionale capacità di miscelare voce gialla e voce verde.

Quindi simpatia abbinata ad una comunicazione di sincerità e fiducia; proprio lo stesso stile che contraddistingueva un grandissimo conduttore del passato, famoso per essere stato considerato l'amico della televisione e delle famiglie: Corrado. Il suo stile è stato assolutamente unico perché aveva la rara capacità di saper essere pungente e autoironico allo stesso tempo, generando tante risate ma contemporaneamente anche tanta simpatia e affetto.

Un altro stile di conduzione legato al modo in cui ha saputo usare la sua voce è quello di Mara Venier. Si tratta di una persona molto lontana dai soliti stili della conduttrice Rai: il suo modo di fare e la sua voce sono accattivanti proprio perché sa sdrammatizzare ogni cosa ponendosi con un grande sorriso e, anche lei, con una voce verde che comunica sincerità, fiducia ed empatia.

Concludo con un esempio di voce blu, ovvero Lamberto Sposini; la sua voce piace molto al pubblico femminile perché manifesta sempre sicurezza e uno stile deciso e maschile. Esattamente quello stile secco, deciso e netto proprio degli uomini che parlano con voce blu.

La voce nella seduzione

Sulle dinamiche della seduzione è stato scritto di tutto, anche che la voce vi gioca un ruolo fondamentale.

Non molto invece è stato scritto su come la voce vada usata per piacere agli altri.

Che cos'è la seduzione? Che cosa fa scattare il desiderio di rivedere una persona, di parlarle, di trascorrere del tempo con lei? In altre parole, quali sono le caratteristiche del "colpo di fulmine"? E perché a volte non scatta anche quando tutte le circostanze lo consentirebbero?

Quante domande! Una risposta per tutte: il colpo di fulmine capita quando succede qualcosa di inaspettato.

Di solito quando incontriamo una persona che non conosciamo attraversiamo tre fasi: 1. l'approccio, il piacersi o non piacersi "a pelle" 2. la fase di studio che conferma o no la prima impressione 3. la decisione di rivedere o non rivedere quella persona.

La prima fase è quella più delicata, perché intervengono tutte le nostre paure e insicurezze. Ovvero la fase più difficile per le persone timide. Cominciamo a chiederci che cosa l'altro pensi di noi, se siamo vestiti nel modo giusto, se la barba è troppo lunga o il trucco regge ancora. Probabilmente è la fase in cui potremmo rimanere senza argomenti, la fase dei silenzi imbarazzanti, quella in cui perdiamo il filo del discorso eccetera.

Se riusciamo a sopravvivere alla prima fase, si passa alla seconda, in cui "il ghiaccio si è rotto": abbiamo già trovato alcuni punti in comune (magari l'avversione per la pioggia, perché no?) e non rischiamo più di rimanere senza argomenti. Verso la fine della seconda fase, se tutto va come dovrebbe, il clima si è creato: cominciano ad esserci battute, sorrisi finalmente spontanei, senso di complicità. La seconda fase genererà o meno la terza.

Il susseguirsi delle tre fasi è caratterizzato da una grossa dose di razionalità: siamo intenti a studiare l'altro, ciò che proviamo, a capire come dovremo comportarci. Ogni nostro movimento è studiato e spesso non riusciamo a fare a meno di controllare e controllarci. Ovvero, non riusciamo a "lasciarci andare".

Quando il processo di conoscenza di una persona rispetta pienamente le tre fasi, è difficile che scatti un "colpo di fulmine": siamo fuori tempo massimo. Il colpo di fulmine, infatti, è caratterizzato da una trasgressione: si comincia subito dalla fase due. Ovvero, il colpo di fulmine è caratterizzato da inaspettati scambi di intensa comunicazione all'interno della prima fase, che di solito ci aspettiamo sia formale. Pensate al classico incontro in cui due persone si innamorano all'istante: la complicità, lo scambio di sorrisi, di piacevolezza, si realizza fin dall'inizio. Ed è proprio questa immediata complicità a darci quella forte emozione che chiamiamo "colpo di fulmine".

Ora che abbiamo analizzato cosa ci fa innamorare, vediamo come è possibile usare la voce per essere più seduttivi, ovvero per generare emozioni negli altri fin dall'inizio.

Abbiamo detto che cominciamo a scioglierci nella fase due: la voce diventa sorridente, il timbro più corposo e pieno (effetto del rilassamento dei muscoli laringei), parliamo più lentamente facendo uso di pause e, soprattutto, rispettiamo i tempi dell'altro: nella fase seduttiva, come per magia, ognuno capisce perfettamente quando è il momento di parlare e quando di ascoltare.

Ma cosa capiterebbe se usassimo una voce da fase due durante la fase uno? ; Bill e Hillary Clinton raccontano spesso il loro primo incontro. Erano nella biblioteca dell'Università di Yale e non riuscivano a staccare lo sguardo ognuno dagli occhi dell'altra, così Hillary si avvicinò a Bill e disse: "Ascolta, visto che tu stai continuando a guardarmi e io pure, credo che a questo punto potrebbe essere opportuno conoscerci. Io mi chiamo Hillary Rodham, tu come ti chiami?" Bill rispose: "Non me lo ricordo".

Vi è mai capitato di incontrare persone che dicono: "Io mi innamoro tutti i giorni di una persona diversa?" Ce ne sono tante, sono persone seduttive. Ovvero persone che lanciano dei segnali che, solitamente, vengono raccolti.

Usare la voce in forma seduttiva è più semplice di quanto si possa immaginare. Basta essere spigliati fin dall'inizio: trasgredire la formalità che ci vorrebbe guardinghi e impacciati e mettere subito l'altra persona a suo agio.

Ovvero, saper usare immediatamente la voce più verde che abbiamo.

Uso della voce in amore

Molti pensano che nella comunicazione amorosa possa essere utile utilizzare degli stratagemmi, ovvero delle tecniche.

Non c'è niente di più sbagliato. Se voglio dire "Ti amo" a mia moglie non posso pensare ad una tecnica espressiva specifica: devo comunicare me stesso, essere dentro me stesso, non posso pensare all'efficacia della comunicazione.

Con il metodo FourVoiceColors(r) impariamo ad usare la voce per diventare ancora di più noi stessi, a risvegliare la nostra piena autenticità e quella di chi ci circonda.

I colori e l'espressività della voce non servono a diventare esteticamente più belli: servono a cogliere un'utilità nella propria vita. Per utilità intendo esattamente il contrario di quello che qualcuno potrebbe pensare. Quando le persone mi dicono: "Mi insegni le tecniche di comunicazione?" io rispondo: "La comunicazione piacevole usa un linguaggio di autenticità, per cui non è possibile usare delle tecniche".

In altre parole la personalità dell'individuo deve essere integrata in un tutt'uno e ogni azione deve essere automatica e spontanea.

Detto ciò, non serve la voce di un doppiatore per saper parlare di amore. È sufficiente che la voce provi dei sentimenti, che sia libera di provarli. Nella realtà dei fatti il 90% delle persone dice "Ti amo" (peraltro provando davvero un forte sentimento) con una voce che invece comunica: "Mi sei poco più che indifferente".

Da cosa dipende tutto ciò? L'abbiamo detto più volte: le persone non posseggono il vocabolario della voce e credono che le parole siano tutto. Ovvero soffrono di daltonismo vocale.

Ipotizziamo che voglia andare ad una serata di gala e che per qualche strano motivo la mia vista quella sera non sia eccellente. Indosserò un vestito pensando che si tratti del mio frac, mentre in realtà sto indossando (mio malgrado) una giacca con le toppe e la camicia macchiata di sugo.

A cosa serve capire i colori della voce? A non rischiare di parlare con una voce "sdrucita e macchiata di sugo"!

Innanzitutto dovremo capire come si fa a parlare con una voce giusta nelle varie occasioni. A quel punto dovremo spersonalizzarci e usare una voce che non ci risulterà spontanea. Sicuramente ci sentiremo anche ridicoli e sarà proprio quello il momento in cui avremo fatto il passaggio verso una voce più comunicativa.

Quando ci saremo abituati, parlare con la voce giusta diventerà del tutto normale: in quel momento avrà luogo il processo automatico e ogni volta in cui parlerete adopererete la voce giusta senza neanche accorgervene.

Per me, per esempio, è automatico parlare con una voce corretta. In altre parole, sono spontaneo quando uso un colore giusto. Se dovessi dire "Ti amo" con una voce grigia, viceversa, mi risulterebbe difficilissimo. Insomma: ci sarà un breve periodo in cui vi sembrerà di essere "forzati", "costruiti", ma fa parte del gioco. Se andaste a prendere lezioni di flamenco, nei primi tempi fareste dei movimenti che vi risulterebbero del tutto ridicoli, salvo poi verificare che si tratta degli stessi movimenti che i maestri riescono a usare in maniera così naturale.

Il messaggio che voglio passarvi è: usate una voce che faccia risaltare la vostra autenticità. Non è importante il modo in cui diciamo le cose: è importante il risultato che questo provoca negli altri; è importante la presa di coscienza di come stiamo parlando, ovvero la capacità di saper arricchire ciò che vogliamo dire con una voce che faccia risaltare il messaggio. •

È indispensabile sapere che anche per la voce occorre "cambiarsi d'abito" a seconda delle situazioni, proprio come facciamo con i vestiti. Per non rischiare, nostro malgrado, la "cravatta arancione" in una serata di gala. Comunque, la ricetta vincente è sempre nell'alternanza fra verde e blu.

La voce nel rapporto con i figli

Con i nostri figli sarebbe opportuno usare una voce prevalentemente verde: un rapporto basato sulla fiducia renderà la nostra vita attuale e la loro vita futura più serena ed appaganti. La voce verde infatti è quella del dialogo, della comprensione reciproca, dell'empatia.

Ci sono però occasioni in cui può essere utile usare una voce blu: si tratta di tutti quei momenti in cui i nostri figli hanno bisogno di una guida sicura ed affidabile, di un punto di riferimento fisso e incontrovertibile. Tuttavia una voce blu per trasmettere vera autorevolezza e decisione va usata con parsimonia: solo in alcuni momenti e solo per un breve lasso di tempo. L'errore che commettiamo più di frequente è quello di permeare di blu ogni nostro rapporto con i figli, con il risultato di essere vissuti da loro più come dei gendarmi che come dei genitori. È il caso, per niente raro, di quelle persone che dicono: "Mio padre era autoritario, dovevo solo obbedire".

Non è mio compito indicare qui quale stile di educazione sia più opportuno: primo perché ogni famiglia è un sistema a sé, e secondo perché l'argomento andrebbe sviscerato a fondo. Ciò che mi preme dirvi è che uno dei modi per educare i figli passa attraverso il dialogo e la comprensione, ovvero una commistione di voce verde e gialla. Non sta a me dirvi se funzioni meglio o peggio del modello autoritario, certo è che rende la vita più bella e armoniosa per tutti.

Il metodo FourVoiceColors(r) nella vita professionale

Come abbiamo visto, il metodo FourVoiceColors(r) produce un profondo cambiamento del modo in cui viene pensata la comunicazione e, attraverso lo sviluppo degli elementi espressivi della voce, anche un cambiamento reale nei risultati di comunicazione.

Questo è già molto importante se applicato alla nostra vita quotidiana, ma assume proporzioni davvero sostanziali se applicato a tutti quegli ambiti nei quali una corretta o errata comunicazione possono avvicinare o pregiudicare il risultato finale dell'attività professionale.

Durante lo sviluppo del metodo abbiamo cercato di sondare quali fossero i territori più sensibili ai benefici creati da una voce che comunica in modo corretto. Il risultato del nostro studio è stato molto interessante.

Il beneficio più evidente, immediato e potremmo dire intuitivo si ha in tutti quei territori nei quali la parola espressa in modo corretto porta un beneficio all'immagine di chi parla, quindi tutti gli ambiti relativi a leadership e public speaking.

Ma abbiamo scoperto che ci sono altri settori che traggono un notevole beneficio dallo sviluppo della voce: la medicina, la vendita, l'insegnamento. Per medicina intendiamo la relazione terapeutica che si instaura fra medico e paziente, quindi per certi aspetti potremmo legarvi anche il rapporto generato dallo psicologo, dal counselor o dal coach.

Per vendita intendiamo la negoziazione, comprendendo quindi anche gli avvocati.

La voce che cura

Abbiamo sondato a fondo le esigenze della classe medica, sia dal punto di vista di chi, come medico, deve interfacciarsi tutti i giorni con il paziente, sia dal punto di vista delle esigenze espresse dalla professione. .., Abbiamo così scoperto che l'esigenza più importante di un medico, in termini di comunicazione, è quella relativa alla compliance, ovvero l'adesione del paziente alla terapia.

E nell'ambito del metodo FourVoiceColors(r) il modo migliore per indurre condivisione e adesione alla terapia consiste nel saper creare con la voce un vero clima di empatia nella fase due.

Ma in realtà tutte le fasi del colloquio medico-paziente assumono una particolare delicatezza. Anzi, in poche occasioni come in questa ho avuto modo di vedere come la sequenza dei quattro colori producesse risultati.

Il buon rapporto tra medico e malato si basa su una grande preparazione: scientifica ma soprattutto umana.

La preparazione scientifica del medico è la base di tutto. Se il medico è anche capace di stabilire una relazione "calda" con il paziente, potrà ottenere una raccolta di informazioni completa ed accurata, stimolare l'adesione alla terapia e influenzare la risposta ai trattamenti, aumentando così la soddisfazione del paziente e la propria.

La voce, per un medico, assume un'importanza sostanziale da molteplici punti di vista, molto più che per altri professionisti. Ecco come l'efficacia della voce viene applicata alle situazioni più rilevanti nella vita del medico:

1. creare una relazione con il paziente basata sul calore umano 2. trasmettere le informazioni con chiarezza 3. ingenerare nel paziente la condivisione della diagnosi e l'adesione alla terapia 4. influenzare positivamente la risposta ai trattamenti 5. migliorare il clima all'interno dell'equipe medica.

La voce è lo strumento attraverso cui possiamo agevolare la condivisione degli obiettivi terapeutici.

Possiamo individuare quattro fasi fondamentali che caratterizzano la relazione comunicativa medico-paziente, ognuna rivolta ad obiettivi specifici raggiungibili abbinando ad essi il giusto colore della voce. Nel susseguirsi delle fasi, attraverso un uso della voce in armonia con lo svolgersi della relazione, il medico potrà condurre il paziente in un percorso che comprende:

- sviluppo di una relazione cordiale e aperta (voce gialla)
- ascolto e costruzione della relazione terapeutica (voce verde)
- condivisione della diagnosi e adesione alla terapia (voce blu)
- stabilizzazione della relazione umana e soddisfazione reciproca (voce rossa).

Quali rischi si corrono se il medico usa sempre lo stesso colore di voce nelle quattro fasi?

Relazione medico-paziente con voce sempre grigia: Il paziente percepisce indifferenza e scarsa attenzione, con conseguente senso di frustrazione.

Relazione medico-paziente con voce sempre nera: Il medico, anche se ritenuto competente, viene percepito come supponente e "poco umano". L'esperienza risulta spiacevole.

Relazione medico-paziente con voce sempre gialla: Simpatia e grande coinvolgimento ma poca empatia e scarsa autorevolezza del medico nel generare adesione alla terapia.

Relazione medico-paziente con voce sempre verde: Buona relazione empatica ma medico percepito poco credibile dal punto di vista scientifico e terapeutico.

Relazione medico-paziente con voce sempre blu: Relazione fredda che può mettere in soggezione il paziente con il rischio di scarsa adesione alla terapia perché non si sente coinvolto.

Relazione medico-paziente con voce sempre rossa: Grande entusiasmo del paziente, ma rischio di scostamento graduale dalla terapia non appena l'entusiasmo cala.

Ecco la testimonianza di alcuni medici dopo aver applicato il metodo:

"Il rapporto medico-paziente è alla base di una terapia efficace! Non c'è rapporto se non c'è comunicazione, non si comunica senza la voce, non si cura senza la voce."

"È fondamentale per incrementare la fiducia dei pazienti nei confronti del medico e per essere maggiormente comprensibile."

"Così il medico raggiunge la consapevolezza dell'effetto che ha sul paziente e il suo modo di comunicare rappresenta già buona parte della terapia."

"Il medico ha solo conoscenze scientifiche, ma deve ampliarle alla conoscenza delle anime e dei rapporti umani. Con questo approccio è possibile migliorarli, svilupparli ed approfondirli andando ad esplorare territori a noi sconosciuti."

"Ritengo che sia determinante e fondamentale per un medico perché gratifica particolarmente il vero senso

etico ed umano della nostra professione, che si basa non solo sulla capacità tecnica ma anche sulla forza del dialogo e di una comunicazione efficace."

"I contenuti di ciò che un medico deve comunicare cambiano radicalmente grazie al metodo FourVoiceColors(r)."

La voce che vende

Come abbiamo visto, il metodo FourVoiceColors(r) è nato analizzando le fasi della vendita.

La voce infatti è cruciale in ogni negoziazione e in ogni vendita: con una metafora potremmo dire che la voce è il packaging del venditore, perché spinge l'impulso del cliente verso l'acquisto. ' ' Una voce espressiva "vende" di più: possiamo dire che rappresenta la "forza verbale" del venditore. Le parole che utilizza, il volume, il timbro, l'intonazione, l'ascolto, le pause ed il silenzio ne sono tutti tratti costitutivi.

Anche la più semplice frase, come "Buongiorno", che il venditore pronuncia quando incontra un cliente, può assumere nel mondo della vendita diverse intonazioni. Una voce sincera ed espressiva, in cui la velocità di esposizione viene sapientemente dosata, aumenta l'intensità di ciò che viene detto e quindi il grado di attenzione di chi ascolta. Una vendita che inizia così ha buone probabilità di chiudersi con un acquisto.

Ma è vero anche il contrario: una voce usata male può facilmente compromettere la vendita.

Sarà capitato a tutti di incontrare un venditore che, messo in difficoltà da una causa esterna, ha cominciato a manifestare insicurezza: la sua voce è diventata debole, meccanica... e lui ha perso la vendita.

Ogni venditore costruisce la relazione con il cliente con meticolosità: il momento cruciale è quello in cui dovrà chiudere la trattativa, far condividere al cliente la sua proposta, offrire la penna affinché firmi il contratto e decidere come rompere un silenzio che sembra non finire mai. Nel momento in cui pronuncia l'importo del prodotto può portare il cliente alla conclusione o... ad alzarsi dal tavolo.

Nel concreto, l'uso consapevole della voce a colori incrementa l'efficacia di ciascuna delle quattro fasi della trattativa che ogni buon venditore già conosce, e in particolare: 1. aumentare le probabilità di vendita alla prima visita 2. aumentare le probabilità di upselling (per esempio garanzie aggiuntive dopo aver firmato) 3. aumentare la fidelizzazione e le probabilità di riacquisto 4. stimolare referenze attive e passaparola.

Ricordiamoci che tutto ciò può esserci di grande aiuto anche nella vita di tutti i giorni: non è forse una vendita quella di chi convince un gruppo di amici ad andare al cinema?

Ci sono infatti venditori particolarmente bravi nella fase di approccio, altri nel creare empatia, altri nell'argomentazione ed altri nella fase di chiusura; il venditore amato dai clienti, quello che tutte le aziende vorrebbero con sé, sa usare la voce giusta in tutte le fasi della trattativa.

La vera peculiarità della voce a colori è il fatto che si rivela uno strumento particolarmente efficace nel prevenire le obiezioni.

Spesso amo scherzare con i partecipanti e dico: "Le obiezioni nella realtà non esistono: sono un'invenzione delle società di consulenza per vendere corsi di formazione realizzati allo scopo di neutralizzarle".

Ovviamente è una battuta, ma ha un fondo di verità. Le società che propongono corsi per annullare le obiezioni sono in buona fede, ma i venditori che usano il metodo FourVoiceColors(r) non hanno bisogno di neutralizzare le obiezioni, perché sanno come prevenirle.

Il modo migliore di affrontare le obiezioni infatti è quello di prevenirle, sapendo creare con la voce un vero clima di empatia nella fase due. Quando il venditore sarà riuscito a creare un clima empatico con la voce verde, il cliente avrà cominciato a fidarsi di lui (vedi la sequenza delle quattro voci). Solo in quel momento il venditore potrà cominciare la sua argomentazione sul prodotto, alla fine della quale il cliente o comprerà o spiegherà al venditore i motivi "reali" per i quali non può acquistare (per esempio: "La sua proposta mi interessa ma proprio ieri ho acquistato da un suo concorrente").

Nel caso in cui il venditore passi subito dalla fase gialla alla fase blu, non ci sarà stato modo di creare il clima di fiducia e il cliente comincerà con le solite obiezioni pretestuose: "Devo parlarne con i miei soci" oppure "Non ho tempo ora" o altre similari che stanno ad indicare una sola cosa: il cliente non si fida del venditore.

Grazie ad un nuovo modo di affrontare la fiducia e le obiezioni, FourVoiceColors(r) risulta essere un approccio innovativo anche per chi avesse già partecipato a dieci corsi di vendita: si stupirà di quali potenzialità possa ancora sviluppare.

Solitamente ai venditori non sembra vero di poter cambiare il modo in cui usano la voce in così poco tempo. Ma soprattutto rimangono stupefatti dalla magia che avviene: al semplice variare della voce, e quasi indipendentemente dalle parole usate, il cliente risulta più vicino, più disponibile, più fiducioso.

Ecco alcune testimonianze:

"Il metodo permette di trasmettere le giuste sensazioni in ogni fase della trattativa e rende consapevoli di avere uno strumento finora mai utilizzato."

"È un approccio davvero interessante per vendere meglio perché aiuta a dare più fiducia al cliente."
"Si acquisisce uno strumento concreto per comunicare meglio: ho notato un cambiamento totale della voce in funzione dei vari step della trattativa."
"Pensavo fosse interessante, ma non credevo ci fossero delle differenze così evidenti: migliora notevolmente l'efficacia della comunicazione nella trattativa."
"Mi aiuta ad utilizzare la voce anche per chiudere un ordine: è il mezzo che ci permette di fare la differenza."
"Un metodo assolutamente straordinario. Non sapevo minimamente che esistesse qualcosa del genere: mi è servito per affinare ancora di più le mie tecniche di vendita."
"Aiuta il venditore ad apprendere le tecniche dell'uso della voce e ad essere sicuro nel porsi con il cliente: è un argomento fondamentale mai utilizzato prima."

La voce che insegna

A un certo punto ci siamo chiesti: "Se questo metodo funziona così bene con i professionisti aziendali, che si trovano per lavoro a relazionarsi quotidianamente con molte persone, perché non dovrebbe rivelarsi utile anche nell'ambito scolastico?" Il legame voce-scuola è fortissimo. Tutti portiamo nel cuore e nella memoria il nostro "bel ricordo" della scuola: quell'insegnante che quando parlava ti affascinava e saresti rimasto per ore ad ascoltarlo; quella professoressa che leggeva così bene Leopardi da averti acceso nel cuore la passione per la poesia; quella maestra che ha saputo dirti le cose giuste al momento giusto, con quel tono di voce per cui non ti sei sentito giudicato, ma capito; quel "maestro di vita" che ha saputo, con la musica dolce e sommessa della sua voce, rompere il guscio delle tue diffidenze e ti ha fatto scoprire le sorgenti creative della tua anima. Di ciascuno di loro ci portiamo il ricordo di un volto, di un gesto e, soprattutto, di una voce. Quindi la voce è parte integrante della vita di un insegnante: è uno strumento indispensabile e vitale per ravvivare e coordinare tutti i rapporti scolastici.

Usare il metodo FourVoiceColors(r) nella formazione scolastica, come vedremo, può produrre risultati innovativi. La particolarità di questo metodo - è opportuno ripeterlo - nasce dalla sintesi tra il versante "espressivo" della vocalità e il versante "comunicativo" della psicologia. Poiché abbina espressività e psicologia della comunicazione, è adatto a ogni persona che voglia usare al meglio la "risorsa voce" nelle proprie relazioni private, così come nel proprio ambito professionale.

Ecco come può agevolare l'efficacia comunicativa dell'insegnante in diversi contesti:

1. nel rapporto insegnante-classe: per attirare e mantenere viva l'attenzione, coinvolgere nel discorso educativo, appassionare ed emozionare, risolvere con la giusta determinazione e autorevolezza situazioni di conflittualità 2. nel rapporto insegnante-singolo alunno. Ci sono dei momenti (e nella scuola vanno facendosi sempre più frequenti) in cui è necessario dedicare più spazio ad una comunicazione "privilegiata" con il singolo alunno. È il singolo, spesso, che ha bisogno di trovare un insegnante che sappia dirgli le cose giuste con la voce giusta. I motivi possono essere tanti: infondere coraggio a chi è scoraggiato, grinta a chi si lascia troppo andare, apprezzamento a chi si sente svalutato, comprensione a chi si sente ignorato o mal capito; ma anche dare consigli a chi è disorientato, comunicare la decisione a chi è dispersivo, forza e carattere a chi si sente fragile, autorevolezza a chi fa il "bullo", imporre il rispetto di sé e degli altri a chi lo ignora 3. nel rapporto con le famiglie: per comunicare il genuino interesse nei confronti dei loro ragazzi, ma anche per essere convincenti ed assertivi nei consigli e negli avvertimenti 4. nel Consiglio di classe o, in genere, nei rapporti con i colleghi: per capirsi, condividere, apprezzarsi, collaborare fattivamente, superare fraintendimenti e incomprensioni 5. nel Collegio docenti: per intervenire in modo efficace e coinvolgente nel proporre iniziative, progetti, attività eccetera 6. in generale nei confronti di tutti gli operatori scolastici: per poter essere con tutti collaborativi, ma anche per comunicare gioia e armonia.

Se il fine ultimo di ogni attività è il successo, il metodo FourVoiceColors(r), pensato per gli insegnanti, mira al successo non solo personale e professionale, ma anche formativo. È questo l'obiettivo che sta a cuore tanto ai docenti quanto ai ragazzi e alle famiglie. Ciò significa raggiungere i propri traguardi formativi e soprattutto raggiungerli in modo consapevole; ma significa anche riscoprire la gioia di vivere e riscoprirla insieme, perché ognuno possa dire all'altro, con le parole di Shakespeare, "le tue parole son nutrimento per me".

Le applicazioni del metodo FourVoiceColors(r): punti chiave

- Ci sono persone, perlopiù appartenenti al mondo dello spettacolo, che parlano naturalmente con i quattro colori senza neanche sapere che questi esistano e sono un grande esempio di come dovremmo usare la voce.
- Con il metodo FourVoiceColors(r) impariamo ad usare la voce per diventare ancora di più noi stessi, risvegliando la nostra piena autenticità e quella di chi ci circonda.

- Non è importante il modo in cui diciamo le cose: è importante il risultato che questo produce negli altri; è importante la presa di coscienza di come stiamo parlando, ovvero la capacità di saper arricchire ciò che vogliamo dire con una voce che faccia risaltare il messaggio.
- Nel rapporto con i nostri figli sarebbe opportuno usare una voce prevalentemente verde: un rapporto basato sulla fiducia renderà la nostra vita attuale e la loro vita futura più serene ed appaganti.
- Se il medico è capace di stabilire una relazione "calda" con il paziente, potrà ottenere una raccolta di informazioni completa ed accurata, stimolare l'adesione alla terapia e influenzare la risposta ai trattamenti, aumentando la soddisfazione del paziente e la propria.
- Anche la più semplice frase può assumere nel mondo della vendita diverse intonazioni. Una voce sincera ed espressiva aumenta l'intensità di ciò che viene detto e quindi il grado di attenzione. Una vendita che inizia così ha buone probabilità di chiudersi con successo. Ma è vero anche il contrario: una voce usata male può compromettere la vendita.

Usare il metodo FourVoiceColors(r) nella formazione scolastica può produrre risultati innovativi. La particolarità di questo metodo nasce dalla sintesi tra il versante "espressivo" della vocalità e il versante "comunicativo" della psicologia. Poiché abbina espressività e psicologia della comunicazione, è adatto a ogni persona che voglia usare al meglio la "risorsa voce" nelle proprie relazioni private, così come nel proprio ambito professionale.

PARTE SECONDA

Empower your life

FourVoiceColors(r) renderà "felice" la vostra voce

"Con questo approccio emergono gli aspetti positivi e quelli da migliorare. La comunicazione è solo la punta dell'iceberg. Per quello che mi riguarda ho avuto la fotografia nitida del mio modo di comunicare. Ho visto il mio desiderio ostacolato da un'eccessiva razionalità che non mi permette di espormi completamente con tutte le mie emozioni. Questo mi ha spinto a mettermi 'in gioco' e a non aver più paura." Massimo

Il legame fra voce e felicità

Scopo di questa seconda parte del libro è migliorare la vostra vita attraverso l'uso di una comunicazione piacevole e di una voce felice e ricca di colori positivi. Ci occuperemo di come la voce può aiutarci a migliorare le nostre relazioni e, di conseguenza, ad incrementare il nostro stato di soddisfazione complessiva. La prima cosa da dire è che, affinché sia sana e piacevole, la voce va "collegata all'anima": è solo curando anche questa che otterremo il risultato di migliorare la nostra voce. Per comunicare piacevolmente occorre ispirare pensieri gradevoli, ovvero vivere felicemente. Per raggiungere questo stato occorre operare una scelta: se volete essere felici dovete decidere di esserlo. La vostra voce, come vedrete, potrà aiutarvi moltissimo in tal senso.

Per ottenere risultati con la comunicazione occorre trasmettere messaggi positivi, che diffondano felicità. Per trasmettere felicità vera, senza finzioni, occorre essere felici sul serio. Quindi imparare a comunicare meglio non solo ci fa ottenere risultati, ma migliora la nostra percezione dell'esistenza. Come si fa ad essere felici? È facile: per essere felici occorre decidere di non essere tristi.

Eppure sembra proprio che tutti facciano il contrario.

Il più grande paradosso che ho notato nella quasi totalità delle persone è il fatto che siamo abituati a confondere causa ed effetto: tutti subordiniamo la nostra felicità all'accadere di una certa circostanza (sarò felice se quella persona mi amerà, se otterrò un aumento, se mio figlio sarà sereno eccetera).

Ciò è paradossale, perché tutte le condizioni che ho citato, per verificarsi, necessitano di una certa dose di felicità da parte nostra. Dobbiamo trasmettere benessere se vogliamo essere amati, dobbiamo essere positivi se vogliamo un aumento, dobbiamo saper generare serenità se la vogliamo nei nostri figli.

E questo è anche il motivo per il quale la maggioranza delle persone è infelice. Subordinando la nostra felicità ad un certo avvenimento, faremo in modo che questo non accada mai.

Se desidero essere amato occorre che io ispiri amore. Tuttavia, nella maggioranza dei casi chi vuole essere amato, per paura di non esserlo, piange, si dispera, si sottomette, diventa aggressivo. Quindi, con il suo comportamento, allontana ciò che desidera. E questo è anche il motivo per il quale non sa come uscirne: "Se ti amo, ti telefono, ti scrivo messaggi, insomma, se tutta la mia felicità dipende da te e nonostante questo tu non mi ami, che speranze ho?" La speranza è nell'inversione della tendenza: non è ottenendo amore che si diventa felici, ma viceversa è con la nostra felicità che otteniamo amore.

Ovvero, sapendo generare feedback positivi so H

Lo schema che potrebbe cambiare la vostra vita

Riflettete bene sugli undici punti che seguono: contengono tutto ciò che vi serve per cambiare in meglio la vostra vita attraverso l'applicazione del metodo FourVoiceColors(r). Vi assicuro che è sufficiente applicare questi principi per far sì che vi sentiate meglio e viviate relazioni più appaganti.

1. Noi diventiamo ciò che immaginiamo di essere: se pensiamo di essere timidi saremo timidi per tutta la vita.
2. Ma è vero anche il contrario: chi pensa di avere successo, solitamente lo ottiene.
3. Ora dovrete cominciare a chiedervi: "È giusto ciò che attualmente penso di me? Cosa l'ha generato?" 4.
- Scoprirete che in massima parte ciò che pensate di voi deriva da ciò che gli altri vi hanno detto su di voi.
5. Ciò che gli altri hanno detto di voi deriva da ciò che voi avete comunicato loro, che deriva da ciò che pensate di voi... un loop.
6. FourVoiceColors(r) può essere la scintilla che vi consentirà di cambiare la vostra vita.
7. L'applicazione di FourVoiceColors(r) darà una nuova espressività alla vostra voce. Gli altri percepiranno nelle vostre parole sentimenti autentici di amicizia, fiducia, autorevolezza, passione.
8. Tutte le persone che incontrerete ricambieranno dandovi un feedback positivo, fatto di stima e sorrisi.
9. Da quel momento in poi, attraverso la vostra comunicazione positiva, riceverete sempre comunicazione positiva.
10. Ricevere apprezzamenti da parte degli altri vi farà sentire sempre più appagati e cambierà in meglio la vostra autoimmagine.
11. Sarete maggiormente disponibili a comunicare e i risultati saranno sempre più positivi. Un loop virtuoso che vi cambierà la vita.

Che cos'è la voce felice

Ho chiamato "voce felice" quel particolare modo di usare la voce che ci aiuta ad ottenere risultati nella comunicazione, e ho ideato il metodo FourVoiceColors(r) per consentire a tutti di parlare efficacemente in pochissimo tempo.

La voce felice si riconosce da lontano: è quella particolare abilità che hanno tutti i bravi comunicatori di saper "accordare" il modo in cui parlano alla situazione che stanno vivendo in quel momento. Nella vita quotidiana è felice una voce sorridente mentre si raccontano barzellette fra amici, suadente in un momento d'amore, autorevole durante un discorso in pubblico. Ma voce felice è anche saper essere concilianti durante un conflitto verbale oppure entusiasti per tirare su il morale degli altri durante un momento di noia collettiva. La voce felice genera emozioni positive attraverso una particolare attitudine a vellutare la voce, renderla innocua e contemporaneamente comunicativa, piacevole da ascoltare ma anche invitante alla risposta: una voce che genera automaticamente nell'altro un senso di piacevolezza.

In conclusione, la voce felice è un profondo strumento di aggregazione sociale: ci consente di essere sempre intonati agli altri e, di conseguenza, ci apre le porte della fiducia.

Ma ha anche una connotazione creativa: ci permette di cambiare il tono dell'atmosfera che stiamo vivendo, per esempio rallegrando o appassionando.

La voce felice apre nuovi scenari di serenità e benessere: posto che la nostra vita sia basata in massima parte sul rapporto che abbiamo con gli altri, se con la voce riusciamo a migliorare quest'ultimo, anche tutta la nostra vita cambierà in meglio.

La voce felice genera feedback positivi

La voce felice è quindi il migliore strumento per generare comunicazione piacevole e per far sì che gli altri si comportino verso di noi in modo fiducioso e aperto. Se parliamo con voce cordiale e sincera, gli altri saranno portati a fare altrettanto, donandoci a loro volta sincerità e apertura. Il modo più semplice, efficace e veloce per ricevere, è quello di dare per primi: se gli altri sentiranno nella nostra voce una grande disponibilità al dialogo, ci offriranno spontaneamente la loro fiducia.

Quando riusciremo a generare negli altri un feedback positivo, ovvero una risposta comportamentale di gradevolezza e accettazione, faremo in modo che pensino di noi: "Che bella persona, posso fidarmi".

E noi? Che risposta otteniamo di solito quando parliamo con gli altri?

Se ci pensate bene, lo sviluppo della vita di ogni essere umano dipende dalla quantità e qualità di feedback positivi che sarà stato in grado di generare negli altri.

Ogni persona alla quale siamo disposti a dare qualcosa, si farà in quattro per ricambiare e parlerà bene di noi. Su questo principio sono basate le storie di successo di molte grandi aziende.

In sintesi, per avere un buon rapporto con gli altri:

- "accordate" la voce alla situazione che state vivendo
- siate autentici e sinceri
- generate un feedback positivo.

La voce felice: oltre le corde vocali

Come avrete capito, la voce felice non è un fatto eminentemente vocale. Se così fosse, tutti coloro che hanno frequentato un corso di dizione con discreti risultati avrebbero una voce felice. Per non parlare degli attori, che conoscono la tecnica vocale a menadito: sarebbero tutti grandi comunicatori.

Invece non è così. La voce felice non è basata su componenti tecniche, bensì prevalentemente emotive e comportamentali. La voce felice è questione di giusta predisposizione mentale.

La voce felice è una filosofia di vita, uno stato d'animo costante che permea tutta l'esistenza. La capacità di ottenere risultati è dentro di noi e deve basarsi su convinzioni profonde e radicate.

Secondo voi, per vincere un Gran Premio di Formula 1 è sufficiente avere una monoposto perfetta?

Certamente no, è evidente. Occorre innanzitutto avere un pilota, che dovrà essere competente, motivato, dovrà amare ciò che fa e avere voglia di dare il meglio di sé, dovrà avere rispetto per gli avversari e...

soprattutto dovrà essere un fuoriclasse alla guida. •

Per la voce valgono gli stessi presupposti. A volte una voce perfetta non comunica emozioni: manca il pilota, ovvero l'intenzione di condividere emozioni con gli altri. Per meglio dire, manca la capacità di generare emozioni intenzionalmente. Volenti o nolenti, ogni volta che parliamo con qualcuno modifichiamo il suo stato d'animo, sia pur di poco: la nostra voce e le parole che pronunciamo genereranno sicuramente uno stato emotivo diverso da quello che questa persona aveva prima di incontrarci. Da cosa dipende ciò? Dal suono della voce, dal contenuto delle parole o dall'abbinamento di queste componenti insieme? La risposta è semplice.

Noi generiamo emozioni positive negli altri in due casi:

* quando usiamo una voce che genera sentimenti positivi indipendentemente da ciò che dice (noi sappiamo cogliere le emozioni di chi parla un'altra lingua anche se non capiamo ciò che dice)

* quando la voce che utilizziamo è perfettamente coordinata al contenuto linguistico che vogliamo trasmettere con le parole.

Siate felici migliorando ciò che pensate di voi

Il primo ingrediente di una voce felice è la consapevolezza di avere successo quando parleremo, cioè essere certi che si tratterà di un'esperienza piacevole. Se questo pensiero fa già parte di noi, siamo sulla buona strada. Diversamente, occorrerà operare un cambiamento reale nella nostra autoimmagine.

Il cambiamento della nostra autoimmagine è un processo articolato, che comincia con il cambiamento dei nostri pensieri. (NOTA: Il libro Psico-cibernetica di Maxwell Maltz, scritto nel 1960, è considerato una pietra miliare nella didattica dell'induzione del processo di cambiamento. Secondo l'autore, nella nostra mente non esisterebbe differenza fra esperienza reale ed esperienza vividamente immaginata: per questo motivo per cambiare la nostra autoimmagine sarebbe sufficiente immaginare vividamente il cambiamento auspicato per ventun giorni di seguito (il tempo che il nostro cervello impiegherebbe per variare le sue mappe mentali). Fine nota)

Ciò che pensiamo di noi è in buona parte il frutto di come abbiamo elaborato quanto ci è stato detto in passato. Le parole di apprezzamento o critica che gli altri ci hanno rivolto nelle varie occasioni hanno contribuito a creare la nostra autoimmagine, proprio come se qualcuno ci avesse ipnotizzati in tal senso. Per questo motivo, il rimedio verso una scarsa autostima risiederà nella creazione di un messaggio di valenza opposta (positiva).

Torniamo all'esempio della persona timida. Sa che se deve parlare in pubblico arrossirà, balbeterà, non riuscirà a guardare le persone negli occhi, faticherà a mantenere il filo del discorso, crederà di essere inutile e noioso. Penserà: "È sempre andata male, perché dovrebbe andar bene oggi?" oppure: "Chissà se le persone saranno interessate a ciò che dico..." e via discorrendo.

Eppure, anche il timido più inguaribile può diventare una persona brillante e di successo: perché ciò accada, sarà sufficiente che cambi i suoi pensieri.

I nostri pensieri condizionano incredibilmente il risultato. Pensate a un centometrista che vince la medaglia d'oro alle Olimpiadi. Nel quarto d'ora precedente la corsa avrà solo pensieri vincenti: vincerà guidato dalla certezza di farcela. Ne è un esempio Saetta McQueen nel film a disegni animati Cars. Prima di entrare in pista e vincere la corsa pensa fra sé e sé: "Velocità, tu sei la velocità".

Molti anni fa, nel 1989, sul settimanale Gente lessi un'intervista rilasciata da Salvador Dali, il grande genio del surrealismo, al giornalista Roberto Gervaso. Mi colpì così tanto che la ritagliai e la conservo ancora in un

cassetto. L'intervista cominciava con questa domanda: "Quando s'accorse di essere un genio?" Salvador Dali rispose: "Cominciai dicendolo. E, a furia di dirlo, lo sono diventato".

La nostra vita può essere meravigliosa oppure orribile, e questo in massima parte dipende da noi. Non sono le cose che accadono a rendere la vita bella o brutta, ma i nostri pensieri, ovvero ciò che noi decidiamo di pensare in risposta a ciò che ci accade.

Cambiare i nostri pensieri in merito a come comunichiamo può essere un processo molto difficile. Ecco perché ho creato il metodo FourVoiceColors(r): per consentirvi di generare negli altri emozioni positive attraverso la vostra voce indipendentemente dal fatto che voi pensiate di poterne essere capaci. Quando in aula faccio applicare il metodo e i partecipanti cominciano a parlare generando un'emozione (per esempio l'autorevolezza), non riescono a rendersene conto finché tutti i componenti del gruppo dicono: "Credici, la tua voce è diventata autorevole!"

Da cosa dipende ciò che pensiamo di noi?

Perché noi siamo ciò che siamo? O meglio: perché pensiamo di essere ciò che crediamo di essere?

Per quale motivo il timido dice di essere timido, il brutto dice di essere brutto, il bello dice di essere bello? Ognuno ha un suo vissuto e una particolare percezione delle proprie caratteristiche. Qualcuno pensa di essere negato per la matematica, qualcun altro di essere goffo, qualcun altro pensa di mancare di creatività e via discorrendo. Allo stesso modo, qualcun altro (per esempio Dali) penserà di essere un genio.

Ciò che pensiamo di noi stessi dipende dal fatto che, durante la nostra vita, noi veniamo "ipnotizzati" dagli avvenimenti emotivi (vi ricordate Maltz? No? Rileggete la nota a pag. 152), che segnano indelebilmente la nostra esistenza. Facciamo un esempio classico: il ragazzino che viene zittito di continuo perché troppo vivace. "Stai zitto!" "Finiscila di parlare!" "Non capisci mai niente!" Dopo un certo periodo la cura avrà effetto: il ragazzino apprenderà che parlare non è un'esperienza gratificante. Perché lo apprenderà? Perché verrà persuaso che quando lui parla gli altri si lamentano. Questo creerà in lui una specie di "cicatrice emotiva", per cancellare la quale il ragazzino metterà in atto comportamenti che non la facciano riformare. Molto probabilmente tutto ciò avrà grandi conseguenze sulla sua vita adulta.

A volte, anche non volendo, le persone ci suggestionano con le loro impressioni su di noi, e così facendo ci ipnotizzano creandoci dei limiti che, diversamente, non avremmo mai avuto.

Quando qualcuno tenta di suggestionarci con un'idea negativa, occorre contrapporre una forte consapevolezza di noi stessi.

Quando gli altri ci convincono che possediamo determinate caratteristiche, ci inducono a comportarci di conseguenza, indipendentemente dalla veridicità delle loro affermazioni.

Questa caratteristica dell'essere umano è stata chiamata "effetto pigmalione2", altrimenti definito "la profezia che si autoadempie". (nota 2. Secondo la mitologia greca Pigmalione, re di Cipro e scultore, aveva scolpito una statua che raffigurava la sua donna ideale. Innamoratosi della statua, che aveva chiamato Galatea, pregò Venere, dea dell'amore, di darle vita e Venere esaudì le sue preghiere. Fine nota 2)

Gli psicologi americani Robert Rosenthal e Leonore Jacobson (Pigmalione in classe, 1972) effettuarono uno studio molto singolare: si recarono presso una scuola e, prospettando uno studio cognitivo sui bambini, effettuarono una classificazione di merito: alcuni bambini furono definiti "normali" e altri delle "promesse", ovvero bambini dai quali ci si sarebbe potuti aspettare molto nel futuro.

La classificazione fu del tutto arbitraria: non esisteva il benché minimo riscontro oggettivo per il quale alcuni bambini dovessero essere considerati migliori di altri. Ma fu proprio questo il presupposto dello studio.

Misurando i miglioramenti di QI a distanza di un anno, ci si accorse che quasi l'80% dei bambini falsamente considerati "promesse" aveva migliorato il proprio QI del 10% (contro il 45% dei bambini "normali"); il 50% circa l'aveva migliorato di venti punti (contro il 20% dei "normali") e il 20% aveva migliorato il proprio QI del 30% (contro il 5% dei bambini "normali").

La profezia che si autoadempie ha importanti ricadute non solo nel processo di apprendimento, ma anche nel modo in cui influenza i nostri rapporti con gli altri.

Che ci piaccia o no, siamo ineluttabilmente il frutto (o se preferite la proiezione) di ciò che pensiamo.

Quindi, se i nostri pensieri su di noi sono costruttivi, cioè se amiamo essere ciò che siamo e abbiamo un'alta considerazione di noi stessi, le probabilità di vivere una vita appagante aumenteranno. La profezia che si autoadempie è un meccanismo eccezionale, perché funziona sia in positivo sia in negativo. Se penso di essere timido, mi comporterò di conseguenza e tutta la mia vita sarà condizionata dai miei pensieri di timidezza: creerò mille barriere e mille difese che diventeranno la struttura del mio carattere. Ecco perché cambiare è difficile. Se il timido scoprisse di essersi ingannato e di essere molto gradevole in compagnia di altre persone, come potrebbe uscire dal suo limite visto che tutti i suoi comportamenti fino a quel momento sono stati una risposta alla timidezza?

Questo concetto è anche alla base di ciò che in psicoterapia viene chiamato "attaccamento alla malattia". Se so di avere un problema, avrò imparato a convivere, a ricreare il mio equilibrio di vita in funzione di quel problema. Molte persone hanno una vita non soddisfacente, ma conoscono solo quella e, in fondo, vi sono affezionati. Anche quando comportasse oggettivi miglioramenti, il cambiamento verrebbe sempre vissuto come un salto nel buio.

Come cambiare in meglio ciò che pensiamo di noi

Ognuno di noi possiede una propria percezione di autoefficacia³; in altre parole ognuno di noi, basandosi sulle sue esperienze passate, è convinto di essere più o meno capace di influenzare le altre persone o di costruire rapporti piacevoli. Il lato positivo di tutto ciò sta nel fatto che l'autoefficacia percepita non è un dato di fatto statico, ma si può sviluppare e quindi incrementare gradualmente. (nota 3 Albert Bandura, psicologo canadese. Self-efficacy: The exercise of control, 1997. fine nota 3)

Quindi, quale che sia la vostra attuale percezione di autoefficacia, applicando il metodo FourVoiceColors(r) comincerete sempre di più a percepire di possedere una capacità di instaurare buone relazioni e di vivere in uno stato di benessere che forse non pensavate potesse appartenervi.

Un'altra caratteristica dell'autoefficacia è che la si acquisisce in vari modi. Il primo di questi è l'esperienza diretta. La nostra autostima e la nostra sicurezza infatti dipendono in buona parte da ciò che gli altri pensano di noi. O meglio: da ciò che riteniamo che gli altri pensino di noi. Anche se fossimo convinti del contrario, non potremmo non considerare importante quella volta in cui, da bambini, ricevammo un forte rimprovero che influenzò buona parte delle nostre azioni future. E altrettanto importante fu per la nostra vita quella volta in cui ricevammo grandi elogi per il nostro comportamento. Tuttavia, la percezione di autoefficacia può essere migliorata non solo vivendo un'esperienza diretta, ma anche immaginandola nei minimi particolari. È quella che viene chiamata "preparazione mentale" o "training autogeno": un metodo per visualizzare la situazione che ci vedrà impegnati immaginando tutto ciò che dobbiamo fare affinché questa si concluda nel modo migliore possibile. La preparazione mentale è molto usata da allenatori e coach in tutti gli sport: calcio, basket, golf eccetera.

Quando saremo riusciti ad immaginarci vividamente nella situazione auspicata, saremo pronti per attivare l'inversione di tendenza: modificare in meglio la realtà modificando in meglio ciò che gli altri pensano di noi. Ora vedremo come sia possibile tradurre questo bel sogno in realtà: migliorare la nostra autoimmagine.

Il segreto: attivare gli stereotipi giusti con la voce

Quando incontriamo una persona appartenente ad una determinata categoria sociale, la riconosciamo da certi tratti distintivi (la voce, gli abiti, il modo di muoversi). Ognuno comunica qualcosa di sé indipendentemente dalle parole che usa. Per esempio riconosceremo un prete dalla particolare pacatezza della sua voce, dall'abito nero, dalla lentezza dei movimenti, dalla presenza di gesti rassicuranti prima ancora che apra bocca e ci parli di Dio.

La cosa singolare è che a volte i tratti distintivi ci traggono in inganno: alcune persone ci ricordano dei sacerdoti, pur non essendolo, solo perché parlano con una voce pacata e con gesti rassicuranti. L'esempio del prete è applicabile anche ad altre categorie: ecco che qualcuno "sembra un poliziotto", qualcun altro "sembra un avvocato". Ci sono persone molto ricche che sembrano nullatenenti, viceversa alcuni clochard francesi hanno un comportamento così distinto da sembrare di stirpe nobile.

Cosa fa sì che alcune persone sembrino appartenere ad alcune categorie sociali? Il loro linguaggio complessivo (parole, gesti, abiti, movimenti, voce): quel particolare modo di abbinare questi elementi che, per convenzione, riconosciamo come tratti distintivi di una determinata categoria. Le categorie che usiamo per inquadrare il prossimo sono argomento privilegiato di studio della psicologia sociale. Queste categorie sono chiamate "stereotipi" e sono molto importanti per scoprire come si formano gli atteggiamenti. (nota: Il concetto di atteggiamento, in psicologia sociale, si riferisce al grado di consenso che gli individui provano nei confronti di persone, eventi, partiti politici, prodotti, stili di vita eccetera. Le campagne di comunicazione vengono realizzate proprio con l'obiettivo di modificare in positivo gli atteggiamenti collettivi verso l'oggetto trattato dalla comunicazione stessa. Fine nota)

Gli stereotipi sono una forma di pregiudizio attraverso il quale siamo portati a pensare che alcuni tratti distintivi di una determinata categoria sociale siano presenti in tutti gli individui che vi appartengono.

Si tratta chiaramente di una forzatura, tuttavia, questa nostra capacità di "inquadrare" e "categorizzare" le persone ci è utile per vivere: infatti, il modo in cui una persona ci appare fa scattare in noi quasi immediatamente l'atteggiamento e il comportamento che ci sembrano più opportuni. Tenderemo a comportarci con dolcezza con chi ci manifesta dolcezza, rispetteremo la persona distinta, saremo guardinghi

verso chi esprime aggressività e così via.

Dopo essere stati creati nella nostra mente, gli stereotipi vengono "parcheeggiati" in attesa di qualcosa che li attivi: vedere una persona in abito scuro con una croce, per esempio, attiverà immediatamente lo stereotipo del prete; tutto il nostro comportamento, da quel momento in poi, sarà influenzato da come pensiamo ci si debba comportare con un prete.

Gli stereotipi sono un concetto basilare ai fini di questo libro. Se vogliamo che una persona ci diventi amica, dobbiamo attivare in lei lo stereotipo dell'amicizia, ovvero comportarci usando voce, movimenti e linguaggio che ricordino al nostro interlocutore quei tratti della personalità che, nella sua personale esperienza e nei modelli della nostra società, sono caratteristiche distintive di una persona cordiale, disponibile e simpatica. La stessa cosa capiterà quando vorremo comunicare fiducia, autorevolezza o passione.

Prima di continuare vi chiedo di rileggere le ultime righe del paragrafo precedente. Rileggetele più volte, scrivetele su un foglio, raccontatele ai vostri amici: quando saranno diventate parte di voi, come per magia avrà inizio il processo di trasformazione di ogni vostro rapporto e, quindi, della vostra vita.

Nel film *Il negoziatore* Samuel L. Jackson è un poliziotto abituato a negoziare con criminali pericolosi. Nella scena iniziale si trova a parlare con un individuo che ha il fucile puntato sulla figlia. Volendo neutralizzare la sua furia omicida, cerca di calmarlo e, per fare ciò, decide di attivare lo stereotipo "amico di cui fidarsi": usando una voce assolutamente distensiva, comincia a parlare di cani, raccontando esperienze personali di vita vissuta... esattamente come due vecchi amici davanti ad una birra.

Ogni sentimento ha i suoi tratti distintivi e il suo linguaggio, e questi devono essere ripetuti ogni volta. Per esempio, non bastano le parole "ti amo" per parlare d'amore: occorre che l'amore lo si legga negli occhi e lo si senta nella voce. Anche dopo molti anni. Anzi, soprattutto dopo molti anni. Spesso, nei rapporti con partner, amici, colleghi, genitori e figli, commettiamo l'errore di pensare che un sentimento sia scontato e interminabile al punto che, una volta instaurato, non ci sia più bisogno di fare ulteriori sforzi. In realtà questa convinzione è alla base di molti fraintendimenti.

Per essere certi di non essere fraintesi, dovremo usare più tipi di voce (una per ogni situazione) anche con un amico di vecchia data: una voce che ispiri amicizia quando lo incontriamo dopo un po' di tempo, una voce che ispiri fiducia quando parliamo di un progetto comune, un'altra che ispiri sicurezza se dobbiamo garantire il nostro impegno e un'altra ancora che esprima passione se ci stiamo divertendo in una situazione ludica.

Non è possibile usare la stessa voce in tutte le situazioni! O meglio, possiamo farlo ma corriamo il rischio di comunicare amicizia o addirittura indifferenza quando l'altro si aspetta magari di essere rassicurato.

Generate feedback positivi con la vostra voce

Le reazioni degli altri, ovvero il loro feedback, sono importantissime per spiegare cosa capita nei processi di comunicazione: quando parliamo con qualcuno, la sua reazione alle nostre parole può accenderci di entusiasmo o demoralizzarci! •

Nella comunicazione, il feedback assume un'importanza assoluta: la capacità di generare negli altri un feedback positivo è il più potente strumento che possediamo per cambiare radicalmente in meglio la nostra vita.

Ipotizziamo che fino ad oggi siamo stati spaventati all'idea di parlare davanti un pubblico. Quando riusciremo a mettere il pubblico in condizione di apprezzare il nostro discorso, ovvero quando saremo in grado di generare un feedback positivo, la nostra paura lentamente ma inesorabilmente svanirà. La generazione di feedback positivo può migliorare potenzialmente ogni situazione di relazione: il rapporto fra colleghi, coniugi, amici. Ma anche la nostra capacità di ottenere un aumento o di far approvare le nostre idee nella riunione di condominio.

Senza il feedback la comunicazione sarebbe un processo unidirezionale e incontrovertibile; grazie al feedback, invece, si traduce in un atto nel quale ognuno dei due partecipanti, emittente e ricevente, esercita un'influenza sull'altro.

Quando comunichiamo con qualcuno, nel momento stesso in cui siamo parte della comunicazione, emittenti o riceventi, consapevolmente o inconsapevolmente mettiamo in atto comportamenti che fanno capire al nostro interlocutore quanto è gradito ciò che sta dicendo. Il concetto di feedback è quindi enormemente

importante per la nostra autostima; infatti la nostra percezione di autoefficacia si basa sul fatto che, nel corso del tempo, le persone con cui abbiamo parlato abbiano manifestato nei nostri riguardi sentimenti di piacere o dispiacere.

Nel film Shrek 3, il protagonista dice: "Non ti devi curare di ciò che ti dice la gente, altrimenti comincerai a credere che siano cose vere. A me per esempio hanno sempre detto che ero un orco e mi sono sempre comportato di conseguenza: non appena ho cominciato a pensare con la mia testa, sono diventato una persona gentile".

Ma se il feedback è così importante per la nostra autostima, perché non fare qualcosa per migliorarlo e fare in modo che lavori a nostro vantaggio?

Per riuscire a comunicare fiducia agli altri, per trasferire la vostra volontà di instaurare relazioni gratificanti ed appaganti, occorre che l'intensità della vostra voce segua di pari passo l'intensità delle vostre emozioni. Applicando il metodo FourVoiceColors(r) alla vita di tutti i giorni rafforzerete nella vostra voce l'espressione di sentimenti come cordialità, affettuosità e giovialità; le persone prima o poi ne saranno avvinte e cominceranno a seguirvi. Per indurre un cambiamento negli altri, occorre innanzitutto indurre un cambiamento in noi stessi.

Prendiamo per esempio un uomo timido di trentacinque anni che, pur sapendo di possedere buone doti di intelligenza e capacità, sente di non essere arrivato nella vita al posto che meritava. Sarà propenso a pensare che gli altri lo sottovalutano e che chi lo circonda non è ben disposto nei suoi riguardi. Pensate che costui sarà portato a sorridere quando incontra uno sconosciuto? Probabilmente no: incontrando una persona nuova comincerà a studiarne i movimenti, si porrà nei suoi riguardi in maniera guardinga e diffidente. E quale sarà il risultato del suo comportamento? Anche l'altro, con ogni probabilità, gli restituirà la diffidenza. Quindi, più una persona nutre sospetti verso il prossimo, più indurrà il prossimo a comportarsi sospettosamente nei suoi riguardi.

Una simile situazione sembra senza via di uscita. Eppure, cambiarla è molto semplice: basta comportarsi con gli altri in maniera tale da indurre in loro il comportamento che noi vorremmo nei nostri riguardi. Lo diceva anche Gesù: "Fai agli altri ciò che vorresti venisse fatto a te". Dare fiducia al prossimo è il primo passo verso la grande conquista che io chiamo "capacità di generare benessere reciproco comunicando piacevolmente". Ma a volte decidere di dare fiducia agli altri può non essere sufficiente. Vogliamo essere cordiali, ma siamo sicuri di riuscire ad esserlo veramente? In altre parole: la nostra voce è davvero in grado di comunicare i nostri sentimenti? Sì, ora che conosciamo il metodo FourVoiceColors(r).

FourVoiceColors(r) renderà felice la vostra voce: punti chiave * La voce felice è uno strumento di aggregazione sociale. Posto che la nostra vita è basata in massima parte sul rapporto con gli altri, se con la voce riusciamo a migliorarlo, anche tutta la nostra vita cambierà in meglio.

* Se comunicate autenticità con la vostra voce, gli altri percepiranno disponibilità e vi offriranno spontaneamente la loro fiducia.

* Lo sviluppo della vita di ogni essere umano dipende dai feedback positivi che sarà stato in grado di generare negli altri.

* Non è ottenendo amore che si diventa felici, ma viceversa è con la nostra felicità che otteniamo amore.

* Per generare reazioni positive negli altri dobbiamo pensare che ciò sia possibile, ovvero dobbiamo migliorare la percezione che abbiamo di noi stessi.

* Buona parte di ciò che pensiamo di noi dipende dall'opinione che gli altri, negli anni, ci hanno detto di nutrire nei nostri riguardi.

* In alcuni casi, le persone ci hanno suggestionato con le loro parole creandoci dei limiti che diversamente non avremmo mai avuto.

* Per migliorare la nostra autoimmagine occorre modificare in meglio ciò che gli altri pensano di noi.

Affinché ciò accada dobbiamo attivare negli altri stereotipi positivi, ovvero generare una buona impressione attraverso il nostro comportamento.

* Per generare una buona impressione negli altri occorre che l'intensità della nostra voce segua di pari passo l'intensità delle nostre emozioni.

* Applicando il metodo FourVoiceColors(r) alla vita di tutti i giorni rafforzeremo nella nostra voce l'espressione di sentimenti come cordialità, affettuosità, giovialità; le persone prima o poi ne saranno avvinte e cominceranno a seguirci.

* Per indurre un cambiamento negli altri, occorre innanzitutto indurre un cambiamento in noi stessi. Per essere felici occorre decidere di non essere tristi.

Felici di comunicare

"Ormai abbiamo capito che cosa conta veramente: facciamo in modo che sia il filo conduttore della nostra esistenza. Oltretutto è la cosa più facile da fare, se non ci pensiamo. Le parole di Ciriaco De Benedetti hanno spalancato le porte della gioia interiore. Teniamole aperte!" Fiorenzo

Pensare in modo felice e saperlo comunicare

In questo capitolo ci occuperemo di una componente imprescindibile per ottenere successi comunicando con la voce: l'atteggiamento mentale positivo. Questa parte attiene più alla psicologia che allo studio della voce: si tratta di un tentativo di colmare il divario esistente fra il codice degli attori e quello degli psicologi. Vi proporrò alcune riflessioni che creeranno o rinforzeranno il vostro atteggiamento gioioso nei confronti degli altri: una componente importantissima per avere una bella voce. Durante la mia attività di formatore, mi sono reso conto che solo chi vede il mondo con gioia è motivato a comunicare con gli altri. Perciò da anni l'attitudine alla gioia è parte integrante del mio metodo per potenziare la voce. Concentrarsi solo sull'estetica della voce espone al rischio di dimenticare che essa è parte di un processo di comunicazione: senza avere voglia di comunicare, una bella voce non serve a nulla. _ ,

Immaginate di poter provare un senso di piacere, di pienezza ed armonia ogni volta che parlate con qualcuno, sia individualmente sia in pubblico. Immaginate un senso di gioia che vi pervade appena prendete la parola. Immaginate che tutti vi sorridano e siano felici di ascoltarvi. Vi sembra difficile o addirittura impossibile? Leggendo le prossime pagine scoprirete che provare gioia mentre parlate non solo non è difficile, ma soprattutto è un obiettivo raggiungibile da tutti.

Il potere del gioco e della gioia

Narra Erodoto (V secolo a.C) che la Lidia, (nota: La Lidia è un'antica regione dell'Asia Minore, situata nel territorio corrispondente all'attuale Turchia. Fine nota) sotto il regno di Atis figlio di Mane, attraversò un lungo periodo di carestia. Dopo un primo tentativo di resistenza, considerato che la carestia non accennava a terminare, i Lidi decisero di combatterla con il gioco. Fu in quel periodo che nacquero gli astragali, i dadi, la palla e tutti gli altri tipi di gioco dell'antichità. I Lidi trascorrevano la loro esistenza alternando giornate di gioco a giornate di nutrimento: un giorno giocavano per distrarsi dal desiderio del cibo, nel successivo mangiavano quel poco che avevano a disposizione. Risultato: mangiando a giorni alterni sopravvissero per ben diciotto anni.

Questa storia possiede un prezioso insegnamento: quando siamo concentrati su un'attività piacevole, questa è in grado di farci dimenticare anche i bisogni primari. In altre parole: quando non troviamo una modalità operativa per risolvere una situazione, possiamo ricorrere ad una modalità psicologica.

Pensate quindi quale potere potrebbe avere il gioco nell'aiutarci a risolvere i problemi di tutti i giorni e ad allontanare i pensieri angoscianti. Quanto più semplice ed appagante potrebbe essere il lavoro se affrontato in maniera giocosa? E come mai nella nostra società il gioco è così poco considerato?

Perché consideriamo difficile provare gioia?

La gioia, nella nostra cultura, è considerata un'eccezione.

La nostra cultura è fondata sulla teoria dei bisogni, secondo la quale l'uomo sarebbe spinto all'attività solo per soddisfare i suoi bisogni primari o altri bisogni da lui considerati importanti.

Secondo questo modello: * la nostra vita sarebbe caratterizzata in prevalenza da un deficit (i bisogni da soddisfare) e la felicità sarebbe un breve momento di quiete fra uno stato di insoddisfazione e l'altro * r dal momento che per soddisfare un bisogno necessitiamo di risorse e queste sono limitate, la felicità sarebbe destinata a quei pochi che possono accedervi; tutti gli altri sarebbero destinati a non essere felici * anche i pochi che raggiungono le risorse non potranno mai essere del tutto felici, poiché secondo molti economisti e studiosi del comportamento il bisogno non può mai essere soddisfatto completamente.

L'esempio più lampante di quanto il soddisfacimento di un bisogno non porti necessariamente alla felicità è rappresentato dagli oggetti costosi. Nella nostra società l'oggetto di prestigio viene percepito come un bisogno (pensiamo all'importanza di certi gioielli o certe auto), possederlo diventa un indice di esclusività proprio perché pochi possono permetterselo. Tuttavia sappiamo benissimo che parecchie persone, pur possedendo oggetti molto costosi, sono tutt'altro che felici. Ricapitolando, la felicità secondo la nostra cultura: • è preceduta e seguita da insoddisfazione • è di breve durata • è destinata a pochi a • è incompleta anche per quei pochi che la provano.

Visto che solo pochi sono destinati a essere felici, per mantenere alto il collante sociale ed evitare sommosse e rivoluzioni la nostra cultura da sempre premia chi soffre e condanna chi si diverte.

Se questo da una parte è giusto perché consente la meritocrazia (uno sportivo che vince perché si è impegnato e ha sofferto nelle sei ore di allenamento giornaliera è considerato un vincente in tutti i sensi), dall'altra relega a un destino di infelicità presunta tutti coloro che non ce la fanno.

Anche per questi motivi il settore gioioso della vita è poco conosciuto. La psicologia per molti anni si è occupata solo dello studio delle patologie, cioè si è proposta come rimedio per curare chi non sta bene.

L'uomo normale è stato studiato poco, al punto che ancora oggi alcuni psicologi, per deformazione professionale, tentano di trovare una qualche forma di patologia anche nell'individuo sano.

Lo studio del gioco porta ad una differente visione della natura umana: le persone più felici sono quelle che svolgono attività non necessarie (cioè che non soddisfano i bisogni primari) per il puro piacere che provano durante il loro svolgimento.

La gioia è uno stato mentale

Tutti gli oggetti e le esperienze sono potenzialmente gioiosi, poiché la felicità è un fatto percettivo intrinseco, un'esperienza soggettiva, uno stato mentale di benessere. Il fatto che un oggetto o una situazione possano essere più o meno portatori di gioia è frutto di una decisione della nostra mente: il vero segreto della gioia consiste quindi nella capacità di attribuire piacevolezza al più alto numero possibile di cose.

Se è vero che la gioia dipende dalla nostra percezione, abituandoci a percepire gli aspetti positivi abbiamo una strada per migliorare la qualità della vita.

La gioia è uno stato di benessere diffuso che tutti abbiamo provato in molte occasioni. Non è necessario fare qualcosa per provarla: a volte ci arriva tramite fattori imponderabili. Per esempio, ci capita di provare un senso di gioia diffusa al risveglio, senza apparenti motivi.

In teoria, sarebbe sufficiente dire alla nostra mente "entra in uno stato di gioia" per provarla. Questo è proprio ciò che fanno le persone abituate a creare immagini positive nella loro mente o coloro che praticano la meditazione yoga. Anche secondo molte religioni (fra cui quella cattolica), la felicità deriverebbe da un senso di contemplazione e di immersione nell'oggetto di fede.

Quali controindicazioni ha questa modalità "passiva" attraverso cui procurarsi gioia?

Non tutti sanno come ottenerla (far entrare la mente in uno stato di gioia con il pensiero è un'attività riservata solo a coloro che ne sono capaci; non tutti praticano la meditazione o sanno come visualizzare immagini positive).

Occorre dedicarvi del tempo (per provare gioia passivamente serve del tempo che dobbiamo sottrarre alla nostra attività abituale; non sempre possiamo permettercelo).

Nel prossimo paragrafo introdurremo una modalità attraverso cui tutti gli individui possono provare gioia.

Quando l'attività è fonte di gioia

Che cosa dà significato alla vita? La risposta va cercata non in ciò che facciamo, ma nel come: come ci sentiamo e quali emozioni proviamo mentre siamo impegnati in una determinata attività. Se andiamo a giocare a tennis o al cinema, la ricompensa non sarà data dall'aver soddisfatto un bisogno primario, ma dal benessere che proveremo durante lo svolgimento.

L'uomo che gioca vive al massimo della sua attività e libertà. Se conoscessimo bene il meccanismo potremmo applicarlo anche al di fuori del gioco. La strada consiste nel comprendere come il comportamento possa rimanere creativo, attivo e motivato da se stesso anche in attività solitamente considerate poco gioiose (per esempio il lavoro d'ufficio).

Negli ultimi trent'anni, l'uomo civilizzato ha raggiunto l'abbondanza e l'infelicità. Questa società tesa a soddisfare tutti i bisogni (e a crearne sempre di nuovi) non ha portato come stato di coscienza la felicità. Pensiamo agli artisti, per esempio: sono fanaticamente devoti al loro lavoro, rimangono concentrati notte e giorno, sembra che perdano interesse per tutti i bisogni primari. Non parlano mai del risultato finale della loro attività: ciò che a loro interessa sono le azioni, i pensieri e le emozioni che scaturiscono dalla fase creativa. Provate a pensare: se riuscissimo ad applicare alla vita di tutti i giorni lo stesso stato mentale che prova un artista appagato dalla creazione di un'opera, avremmo trovato il segreto della felicità.

Cosa capita invece nella nostra vita? Il mondo va veloce e noi dobbiamo correre con lui. Abbiamo cominciato ad organizzare ogni singolo momento della nostra giornata, collocando ogni persona ed azione all'interno di un percorso mentale predefinito, ma tutto ciò non ci porta vantaggio, perché più passa il tempo, più ci organizziamo e specializziamo, più perdiamo il nostro bene più prezioso: la creatività.

La creatività è un elemento sostanziale della capacità di divertirci. Spesso, quando siamo tesi verso un

risultato, non riusciamo più a divertirci perché non siamo più liberi di lasciar fluire i nostri pensieri. Chi ha pratica di tecniche di rilassamento, di training autogeno, di meditazione, sa bene quanto importante sia un corretto rapporto con noi stessi e quanto il suo recupero possa cambiarci la vita. E proprio la comunicazione con noi stessi è la prima vittima di questo sistema, con la conseguenza che viene minacciata anche la nostra capacità di comunicare veramente con gli altri.

Paradossalmente, le nostre difficoltà di comunicazione non derivano da una nostra incapacità di relazione: se così fosse avremmo problemi di comunicazione anche con nostra madre, nostro fratello, il nostro partner, i nostri figli eccetera. I nostri problemi comunicazionali si acquisiscono nei rapporti con gli estranei, con gruppi di persone, in tutte quelle relazioni con le quali ci rapportiamo in maniera stressata e non consapevole. Sono proprio queste infatti le cause del "daltonismo vocale".

Il segreto di una comunicazione piacevole sta nella capacità di sentirsi rilassati e tranquilli come quando siamo al riparo dallo stress e dalle persone che ci vogliono giudicare.

Non abbiate paura di essere belli

All'inizio della mia carriera, la paura di non riuscire mi rendeva un doppiatore "a volte bravo e a volte no".

La vita del doppiatore non è facile, specialmente agli inizi. Spesso si incontrano personaggi (colleghi anziani o direttori di doppiaggio) che sembrano essersi specializzati nel metterci in difficoltà.

La mia debolezza nei loro confronti era causata dalla paura di non essere all'altezza del mio ruolo. Ma ogni paura può essere superata con facilità attraverso il rafforzamento della fiducia in noi stessi e negli altri.

Quando siamo chiamati a fare ciò che sappiamo fare, non c'è niente di cui avere paura. Paradossalmente, non c'è motivo di spaventarci neanche se ciò che dobbiamo fare è superiore alle nostre possibilità. Più cerchiamo di razionalizzare la nostra paura, più questa prenderà corpo dentro di noi. Viceversa, lasciandoci andare, tutto andrà per il verso giusto.

Questo è particolarmente vero nella comunicazione. Voce felice significa innanzitutto espressività, ovvero capacità di farsi sentire. Per avere una bella voce occorre innanzitutto avere voglia di mostrare di avere una bella voce. Insomma, un pizzico di narcisismo è essenziale: occorre mettersi in gioco, esporsi, farsi vedere.

Prendete per esempio una persona in un bar con una voce bellissima. Che cosa fa sì che voi vi giriate? Il volume. Se quella persona avesse parlato a basso volume, non l'avreste sentita e non vi sareste girati.

Da molti anni raccomando a coloro che frequentano i miei corsi: "Non abbiate paura di essere belli". Sembra un controsenso, perché in genere siamo portati a pensare che gli elementi di cui avere paura siano i nostri lati oscuri, le nostre insicurezze. Invece non è così, almeno non sempre. Ogni nostra insicurezza infatti, se da una parte ci allontana dall'obiettivo di una vita piena e soddisfacente, dall'altra ci crea un alibi infallibile: perché darsi da fare quando comunque le possibilità di successo sarebbero scarse?

Viceversa, i nostri lati più belli ci spaventano. Spesso abbiamo timore di far vedere le cose belle di noi, perché ciò implica il fatto di metterci in gioco, ovvero di esporci alle critiche e alle lodi. Abbiamo paura dei nostri lati più belli perché se dovessimo avere successo non potremmo più nasconderci, saremmo costretti a rimanere al centro dell'attenzione, ad accettare le responsabilità delle aspettative che avremo generato nelle altre persone. Infine, non potremmo più lamentarci e dare la colpa agli altri dei nostri fallimenti.

Quando cominciamo a piacere e ad avere successo, tutti si aspettano di più da noi e finiamo per dover investire tante energie per essere sempre al massimo. Per questo motivo tendiamo a non mostrare il bello che c'è dentro di noi: è il classico caso di chi va ad una festa e se ne sta in disparte, confondendosi con la tappezzeria. Ma se io mi nascondo, gli altri tenderanno a non considerarmi, e pian piano s'instaurerà in me la tendenza al lamento.

Vivere con pienezza significa amare ciò che si fa ed essere disposti a difenderlo anche davanti a mille persone. Anastacia, la famosa pop star americana, cominciò la sua carriera nel 1998 in una gara fra esordienti organizzata dal programma di MTV The Cut. Arrivò nella rosa dei dieci finalisti e firmò un contratto con la Daylight/Epic. Subito dopo ricevette una telefonata di Michael Jackson: trenta minuti nei quali sostiene di aver ricevuto una grande lezione di vita. Jackson le disse: "Resta fedele a ciò che sei, fai cose di cui puoi essere orgogliosa e il resto verrà da sé". Nei mesi successivi Anastacia incontrò i presidenti delle principali major discografiche.

Ciò che rende grande un musicista non è la profonda conoscenza della teoria musicale. E non è neanche la padronanza e l'esperienza nella pratica del proprio strumento. Ciò che rende grande un musicista è la voglia di suonare, ovvero di trasmettere le proprie emozioni attraverso il linguaggio musicale. Beninteso: teoria e pratica dello strumento sono fattori imprescindibili. Ma da soli non sono sufficienti a fare di uno strumentista un vero musicista. {

Nella comunicazione valgono gli stessi presupposti. Esistono moltissimi insegnanti di tecniche di

comunicazione verbale e non verbale, e la letteratura in merito è foltissima, ma quasi nessuno pone l'accento su ciò che fa di un bravo tecnico della parola un vero oratore carismatico: un oratore trascinante si diverte mentre comunica, la sua volontà di trasmettere il proprio pensiero è superiore a qualsiasi altra cosa.

Quando si vuole veramente comunicare, le tecniche verbali e non verbali vengono in secondo piano. Ci sono grandi oratori che non hanno mai frequentato un corso di dizione, mentre alcuni bravi tecnici dell'oratoria sono assolutamente inascoltabili, perché non mettono emozione in ciò che fanno. Una vera volontà di comunicare è un presupposto essenziale al cambiamento della voce. La voce può essere proprio lo strumento che, usato nella maniera opportuna, ci consentirà di ottenere maggiore sicurezza.

Esprimete il vostro potenziale liberamente

Lo scopo di questo libro è quello di aiutarvi a valorizzare ciò che già esiste dentro di voi. Per raggiungere il benessere psicofisico occorre avere il coraggio di comunicare le proprie passioni.

Non c'è niente di nuovo da imparare, bisognerebbe piuttosto cominciare a disimparare. Dovremmo disimparare ad avere paura e a sentirci inadeguati: autoimpedimenti che, da quando avevamo cinque anni, ci hanno limitato nel raggiungimento della pienezza. Il bambino di cinque anni ha spirito di conquista, si diverte a capire come interagire con l'ambiente, lotta per ottenere ciò che vuole. A mano a mano che gli anni passano, tendiamo a perdere questo atteggiamento entusiasta nei confronti della vita. Ci conformiamo a un'esistenza di rinunce, ripetendoci spesso: "Se gli altri non ce la fanno, perché dovrei riuscirci io?" È così che lentamente ci avviciniamo al tarlo dell'umanità: il lamento.

Tutti abbiamo lati belli o meno belli: l'importante è saper esprimere ciò che siamo liberamente, con orgoglio, vitalità ed energia, la stessa che troviamo nello sguardo di chi ci colpisce. Chi sa comunicare le sue emozioni diventa automaticamente attraente, perché colpisce la nostra emotività.

L'intuito ha sempre ragione. Dobbiamo reimparare a lasciare che emozioni e sentimenti fluiscono liberamente, senza alcuna censura: è questa la via maestra verso la piacevolezza dei rapporti e la pienezza della vita.

La comunicazione piacevole è reciproca. Se mi sto annoiando, anche l'altro s'annoierà. I due individui coinvolti nella comunicazione si lanciano continui messaggi sul reciproco stato d'animo. Se la mia comunicazione è sciolta, non ho bisogno di capire se la persona con cui parlo è interessata a me: lo capisco automaticamente, viene da sé, lo percepisco "a pelle". Se c'è vera comunicazione, anche l'altro prova le stesse emozioni. Lo senti. Nella comunicazione piacevole non posso mostrarmi empatico: sono empatico! Esprimersi liberamente, con scioltezza, serve a generare un feedback positivo nell'altro, ovvero una risposta verbale o non verbale che ci fornisce l'idea di quanto l'altro stia gradendo la nostra conversazione. Questo automatismo è difficile da capire e ancora di più da spiegare, ma quando diviene chiaro i risultati sono esaltanti. L'importante è buttarsi, senza paura delle conseguenze: in fondo stiamo solo parlando! e La differenza tra pensare di comunicare e comunicare è come la differenza tra pensare di volare e volare. Se stai volando non ti accorgi più che stai volando: voli e basta. Non hai tutto sotto controllo. Sei nella situazione. Ci sono situazioni che coinvolgono il fisico e nelle quali la riuscita di ciò che stiamo facendo è inversamente proporzionale al controllo che abbiamo della situazione. Parlare coinvolge il fisico quanto un atto sessuale: è infatti una completa donazione di sé.

Dave Weckl, uno dei più accreditati batteristi della scena musicale, ha detto: "Se volete diventare dei bravi musicisti, la prima cosa che dovete fare è smetterla di preoccuparvi di suonare. Dovete essere coinvolti nella musica che fate, essere un tutt'uno, sapere esattamente cosa volete dire con la musica. Una volta passavo molto tempo dicendo: ora cerco di suonare questo, ora cerco di dire quest'altro. Adesso invece sono rilassato e la musica è parte delle mie braccia e delle mie gambe, non penso di suonare, suono e tutto viene da sé".

Anche il grande sassofonista Charlie Parker diceva: "Impara tutto sulla musica e sul tuo strumento, poi dimentica tutto e suona come ti detta il tuo animo".

È ciò che anche noi dobbiamo fare con la voce. Noi siamo i musicisti della nostra voce. Uno strumentista suona con tecnica, un bravo musicista ci mette il cuore. Dobbiamo effettuare il passaggio da strumentista a musicista. Non avendo più paura di donarsi, non si ha più paura di essere belli: è questo il fulcro della comunicazione piacevole. Non bisogna cercare di far bene qualcosa, bisogna semplicemente farla.

La comunicazione piacevole

Una delle cose più belle che possano capitare quando conosciamo qualcuno è che ad un certo punto uno dei due dica all'altro: "Stiamo parlando da due ore: il tempo è volato!" Questa frase è un feedback positivo: sappiamo perfettamente che se la conversazione è interessante il tempo passa più velocemente.

Negli ultimi anni sono nati molti manuali e teorie sulla comunicazione con l'obiettivo di metterci in

condizione di persuadere ed influenzare il nostro interlocutore. Questo libro pone invece l'accento su un aspetto differente: il benessere che i due interlocutori proveranno durante l'atto comunicazionale. Questo non significa ovviamente che il risultato non ci interessi. Anzi, il risultato è il vero motivo latente che muove la volontà di comunicare. Paradossalmente, i risultati arrivano solo quando, alla fine, ci rilassiamo e smettiamo di cercarli. Pensiamo a quando, in un conflitto verbale, sappiamo di avere ragione e vogliamo che l'altro ce ne renda merito. Più cercheremo di attaccare l'avversario, più questi cercherà di difendere le sue posizioni. Se invece cerchiamo la distensione, non avendo più nulla da difendere, l'altro diventerà più ragionevole. Non è forse più facile ottenere risultati comunicando benessere e serenità che comunicando, appunto, "ansia da risultato" e nervosismo, come spesso capita a chi è insicuro? Comunicando benessere, tutti i nostri rapporti migliorano: quelli privati ma anche, e forse soprattutto, quelli di tipo professionale.

San Francesco di Sales, noto per la mitezza, diceva: "Siate più dolci che potete e ricordatevi che si prendono più mosche con un cucchiaino di miele che con cento barili di aceto".

La nostra voce, ancor più che il nostro corpo, è lo specchio dei nostri sentimenti: una bella voce riflette la pienezza della nostra vita. Se provo un sentimento di paura, la mia voce lo comunicherà. La stessa cosa succederà se sono felice.

Ipotizziamo che due adolescenti, uno timido ed impacciato, l'altro affascinante e comunicativo, siano entrambi innamorati della stessa ragazza. Secondo voi come comunicheranno i loro sentimenti? Che differenza ci sarà nelle loro voci? E quale dei due avrà più possibilità di successo? Lo stesso esempio è valido in altri casi: lo studente universitario che ha paura del giudizio del docente o l'impiegato che teme di chiedere un aumento. Il comune denominatore che impedisce a queste persone di raggiungere il risultato sperato è la paura del fallimento, il senso esasperato di ricerca dell'autocontrollo, l'incapacità di abbandonarsi alla situazione e di diventare parte di essa e, di conseguenza, la voce tesa e preoccupata con cui si esprimono. Il motivo è molto semplice: più tendiamo a raggiungere un obiettivo ad ogni costo, più saremo nervosi ed ansiosi per paura che il risultato non raggiunga le nostre aspettative. Il rimedio? Giocare di sponda. (nota: I presupposti teorici di questa idea si possono trovare nel libro *Change: sulla formazione e la soluzione dei problemi* ad opera degli psicologi Paul Watzlawick, John Weakland e Richard Fisch dell'istituto Mental Research di Palo Alto, in California. Nel suo libro, pubblicato nel 1974, Watzlawick parla di cambiamento, ipotizzando che ne esistano di due tipi. Il primo, chiamato cambiamento 1, è un cambiamento fittizio, basato sull'insistenza e sull'accanimento. Il secondo, chiamato cambiamento 2, è un cambiamento vero, che si basa su una scelta di distacco e su una soluzione creativa e inconsueta. Ovvero: più tendiamo a raggiungere un risultato con tutte le nostre forze, più questo si allontana e viceversa (plus ca change plus e est la même chose). Fine nota)

Nel biliardo, per mandare la palla in buca spesso non occorre colpirla direttamente, ma fare un gioco di sponda, in modo che siano altre palle ad indurla ad andare in buca. La comunicazione che genera benessere si basa sugli stessi principi: raggiungiamo l'obiettivo della nostra comunicazione non perché abbiamo fatto ogni sforzo per convincere l'altro, ma perché gli abbiamo lasciato la libertà di convincersi, legandolo però a noi emozionalmente attraverso un processo di comunicazione che genera reciproco benessere.

Che cosa ci guadagniamo? Una cosa molto semplice e molto importante: una migliore qualità della vita, nostra e degli altri.

L'atto della comunicazione sarà comunque stato piacevole e degno di essere vissuto, indipendentemente dal fatto che riusciamo a convincere l'altro delle nostre idee.

L'attività stessa di comunicazione diventa ricompensa: più accumuliamo successi attraverso il modo in cui comunichiamo, più cercheremo nuove occasioni di comunicazione per rinnovare il successo. Con il passare del tempo, la nostra sicurezza aumenterà al punto da farci pensare alla comunicazione come ad una fra le più piacevoli attività che si possano svolgere.

Cosa accade durante una comunicazione piacevole

Nei secoli, molti studiosi sono giunti a dividere e categorizzare le varie forme di comunicazione. Ma la discriminante è sempre stata il risultato finale che si ottiene: si è tanto parlato di comunicazione in ragione dell'effetto che questa produce sull'altro, mentre poco si è detto sugli effetti che essa produce su di noi. (nota: Anche quando questi sono stati trattati, lo si è fatto per lo più per spiegare i motivi che rendono una comunicazione più o meno efficace, non per sondare l'attività di comunicazione in quanto tale. Fine nota)

Eppure si tratta di un dato importantissimo; infatti più generiamo benessere in noi, più il risultato della comunicazione si avvicinerà a quello sperato. Il motivo è molto semplice: provando noi uno stato di benessere, riusciremo a farlo provare contemporaneamente anche al nostro interlocutore, generando così un nuovo flusso di emozioni positive che ci porterà inevitabilmente verso il risultato atteso. La comunicazione diventa efficace quando cominciamo a provare piacere comunicando.

La comunicazione piacevole rappresenta il modo giusto in cui tutti dovremmo comunicare. È autentica e trasparente, la riconosciamo immediatamente in quanto ci permette di entrare subito in empatia con l'altra persona. Quante volte, mi auguro, vi sarà capitato di comunicare con un estraneo eppure di sentirlo vicino quasi fosse un vostro amico. Nel parlargli, provate gioia, una sensazione di positività, vi sentite pienamente a vostro agio.

La reciprocità, l'empatia, il sorriso, la rilassatezza sono tutte caratteristiche della comunicazione piacevole. In questo tipo di comunicazione scorre vero sentimento. È importante credere nell'altro e lasciarsi alle spalle gli atteggiamenti che potrebbero impedire di provare sentimenti positivi. Tra questi si annoverano la tendenza a lamentarsi e a prevedere il peggio.

Quanto più abbiamo paura che le cose non funzionino, tanto più non funzioneranno, perché metteremo gli altri in condizione di darci un feedback negativo. Ma se noi partiremo dall'idea che tutti hanno piacere di ascoltarci, il risultato arriverà guidato dal nostro benessere. L'uomo è un essere sociale. La comunicazione piacevole è quindi una delle più belle esperienze che possano capitare.

Durante i miei corsi, chiedo ai partecipanti di ricordare l'ultima volta che hanno comunicato piacevolmente con qualcuno.

Secondo loro, la comunicazione piacevole ha queste caratteristiche:

- * è degna di essere ricordata
- * è autentica, sincera
- * è piacevole indipendentemente dal motivo per cui parliamo
- * esiste un reciproco scambio di emozioni positive
- * chi parla si fida dell'altro
- * c'è volontà e capacità di mettersi nei panni dell'altro
- * il tempo trascorre molto velocemente
- * c'è un visibile stato di rilassamento e abbandono delle difese
- * il sorriso è un elemento costante
- * si provano dei sentimenti.

La comunicazione piacevole è uno scambio di sogni: in quei momenti usciamo dalla realtà dei doveri per entrare in quella delle nostre aspirazioni. E questo non significa allontanarsi dal lavoro, al contrario!

Significa trovare nell'altro quella conferma che può permetterci di attivare e mantenere vivi i nostri sogni. La comunicazione piacevole è un potentissimo motore di successo personale.

Quando comunico con piacere:

- * attraggo gli altri
- * creo amicizie
- * creo nuovi business
- * in definitiva, vivo con piacere.

Tuttavia, perché ciò accada, devo avere il coraggio di crederci.

Come rilassarvi mentre parlate

È possibile abbandonarsi completamente all'atto del parlare ed esserne talmente assorbiti da entrare quasi in trance? La risposta è sì: non solo questo è possibile, ma soprattutto è possibile a tutti. Per dimostrarvelo vi illustrerò un esercizio nato per risolvere un problema che mi affliggeva nei primi anni di radio. Nel biennio '84-'85 conducevo un programma di jazz-fusion in una famosa radio torinese. Si trattava di un genere musicale da presentare con competenza e mi divertivo molto a raccontare la storia degli artisti, a descrivere i concerti, le formazioni, gli strumenti usati.

Qualche volta però mi capitava di incorrere in lapsus e dimenticanze: un'esperienza tremenda. Non appena cercavo di ricordarmi quali musicisti avessero suonato in quel particolare album, la mente mi si sdoppiava: cominciavo a sudare freddo, balbettavo, il cuore iniziava a battere velocemente, la mani sudavano....

Una volta cominciai a descrivere un concerto dicendo: "Straordinaria interpretazione di Chick Corea, accompagnato al contrabbasso da... sì, ce l'ho sulla punta della lingua... eppure non mi viene in mente. Beh, sapete a volte ci sono dei lapsus... eppure non posso non ricordarmi... vi giuro, fino a cinque minuti fa lo sapevo... Beh allora ascoltiamo un altro brano".

Pensate, una figuraccia del genere in diretta!

Decisi che dovevo trovare un rimedio. Cominciai a osservare le persone e mi resi conto che effettivamente tutti, in una situazione di imbarazzo, tendevano a bloccarsi e a perdere il filo. Notai che questo fenomeno capitava entro il primo minuto e mezzo dal momento in cui le persone cominciavano a parlare. Trascorso questo periodo, di norma la situazione tendeva a normalizzarsi.

Un bel giorno riuscii a focalizzare una via d'uscita. Se era vero che tendiamo a perdere il filo nei primi novanta secondi, e che superato quel momento cominciamo a riprenderci, la soluzione da cercare era evidente: occorreva un metodo per evitare ansia e imbarazzo in un periodo di tempo sufficiente a superare i primi minuti.

La soluzione al problema venne automaticamente. Se in una situazione di imbarazzo non smettiamo di parlare, abbiamo risolto il problema!

Quando parliamo dicendo cose di senso compiuto, la nostra mente e il nostro corpo sono sottoposti ad un

lavoro estremamente intenso. Nella maggioranza dei casi non ce ne accorgiamo; ma quando siamo in situazioni di imbarazzo parlare diventa faticosissimo perché perdiamo quel magico link fra la nostra mente e le parole che escono dalla bocca.

Bene: il rimedio è quello di continuare a parlare fino al momento in cui la situazione di imbarazzo non sarà cessata. Quando siamo molto emozionati, se continuiamo a parlare con disinvoltura gli altri non si accorgeranno di nulla. Ovvero, come dicevamo nelle pagine precedenti, per superare il problema occorre giocare di sponda: non dobbiamo affrontarlo di petto chiedendoci cosa dobbiamo fare, ma continuare a parlare fino a quando la nostra difficoltà sparirà da sola.

Ora però occorre tramutare un'intuizione teorica in un metodo pratico, semplice e facilmente ripetibile. Come fare?

Andai in radio e mi misi alla prova. Sapevo che il mio obiettivo era molto semplice: qualunque cosa fosse successa, non dovevo smettere di parlare. La prima volta in cui mi capitò un vuoto di memoria, mi guardai attorno e cominciai a parlare di tutto ciò che vedevo: l'orologio, i giornali, le copertine... Risultato: nessuno si accorse di nulla, anzi. Ricevetti molte telefonate di complimenti per come avevo condotto il programma! Non ebbi più dimenticanze. Avevo vinto la mia battaglia.

Capita anche a voi qualche volta di avere lapsus e dimenticanze? Provate a superarli con l'esercizio che vi propongo.

Esercizio: tre minuti di libertà e rilassamento

Se vi dicessi: "Parlate per tre minuti senza fermarvi", probabilmente tanti di voi direbbero che non se la sentono. Se invece vi chiedessi di parlare per tre minuti senza fermarvi davanti ad un pubblico di cento sconosciuti, forse anche chi prima si era sentito sicuro comincerebbe a sentirsi a disagio.

Eppure vedrete che è una cosa possibile per tutti, anche in questo momento e senza alcuna preparazione. Non solo: si tratta di un'esperienza molto piacevole.

Riflettete bene sulle parole che ho usato: non vi ho detto: "Esprimete pensieri logici, concatenati ed efficaci per tre minuti". Vi ho detto soltanto: "Parlate per tre minuti". Questa differenziazione è basilare per la riuscita dell'esercizio.

Per svolgere questo esercizio occorre separare la macchina del linguaggio dalla macchina che produce parole: si tratta di parlare di continuo, non necessariamente di dire cose sensate.

Per assurdo, l'esercizio potrebbe tradursi semplicemente nel dire per tre minuti senza fermarsi le parole "carta" e "penna": "Carta, penna, carta, penna, carta, penna, carta, penna..." e ripeterle di seguito fino a quando non saranno trascorsi i tre minuti.

Quando vi sentirete pronti per questo esercizio, fate esattamente così.

Camminate per la stanza in assoluto rilassamento per tre minuti, muovendo braccia, testa, gambe così come vi viene, in uno stato di abbandono, senza pensare. Ispiratevi a ciò che vi circonda e abbandonatevi ad un'esperienza estremamente piacevole.

Potete dire quello che volete, basta che siate rilassati, anche "tavolo, sedia, lampadario, lampadario rosso, quadro verde, cornice, pavimento sotto il quadro, moquette" eccetera. In questo modo perdiamo il senso di autocontrollo, cominciamo ad allentare le tensioni, perdiamo la percezione del tempo e iniziamo a lasciarci andare a una piacevole sensazione di contatto con noi stessi.

Alla fine vi sentirete leggeri e un po' euforici. Provare per credere!

Cosa accade nella nostra mente durante lo svolgimento dell'esercizio? Qualcosa di molto simile a ciò che capita durante la meditazione orientale: perdiamo il senso di auto controllo, cominciamo ad allentare le tensioni, perdiamo il senso di percezione del tempo e ci abbandoniamo ad una piacevole sensazione di contatto con noi stessi.

Se facessimo un elettroencefalogramma, troveremmo probabilmente una grande produzione di onde alfa (nota Le onde cerebrali si dividono in: beta (corrispondenti all'attività di veglia), alfa (corrispondenti al rilassamento) e, via via che l'attività cerebrale rallenta, gamma e theta fine nota) tipiche dell'attività cerebrale dei bambini e dei soggetti impegnati in attività creative.

Ecco come viene descritta l'esperienza:

* "È stato come volare" * "Non so quanto tempo sia passato" * "È stato meraviglioso" * "Non pensavo di riuscirci" * "Quando ho cominciato a lasciarmi andare mi sono sentito bene" * "Avrei voluto che non finisse mai".

L'esercizio va praticato molte volte, prima da soli e in seguito in presenza di altri. Quando parlerete di fronte ad altre persone, la prova consisterà nel far scattare il meccanismo "non smettere di parlare" ogni qualvolta vi sentirete in imbarazzo. La pratica rafforzerà la vostra sicurezza. Fino al momento in cui anche voi, come

capitò a me quella volta in radio, potrete dire: "Ho superato il problema, ora so come non perdere mai il filo quando parlo con gli altri".

Provate. La prima volta in cui sarete soli a casa, alzatevi e parlate per tre minuti senza fermarvi. Se seguirete le mie indicazioni, proverete uno stato di benessere, abbandono e libertà. Non preoccupatevi se vi sembrerà di essere un po' matti!

Felici di comunicare: punti chiave * L'attitudine alla gioia è fondamentale per potenziare la voce: senza avere voglia di comunicare, una bella voce non serve a nulla.

* Quando siamo concentrati su un'attività piacevole, questa è in grado di farci dimenticare anche i bisogni primari.

* Le persone più felici sono quelle che svolgono attività per il puro piacere che provano durante il loro svolgimento.

* Il vero segreto della gioia consiste nella capacità di attribuire piacevolezza al più alto numero possibile di cose: così miglioriamo la qualità della nostra vita.

* Una comunicazione piacevole parte dalla capacità di sentirsi rilassati e tranquilli come quando siamo a casa, al riparo dallo stress e dalle persone che ci vogliono giudicare.

* Più cerchiamo di bloccare la nostra paura, più questa si ingrandirà. Viceversa, lasciandoci andare, tutto andrà per il verso giusto.

* Per avere una bella voce occorre innanzitutto avere voglia di mostrarla. Un oratore trascinate si diverte mentre comunica, la sua volontà di trasmettere il proprio pensiero è superiore a qualsiasi altra cosa.

* Se la conversazione è interessante il tempo passa più velocemente. Comunicando benessere, tutti i nostri rapporti migliorano: quelli privati ma anche quelli professionali.

* Se comunichiamo con piacere, raggiungiamo il successo non perché abbiamo fatto ogni sforzo per convincere l'altro, ma perché gli abbiamo lasciato la libertà di convincersi, attraverso una comunicazione che genera reciproco benessere.

* Più generiamo benessere, più il risultato della comunicazione si avvicinerà a quello sperato: la comunicazione diventa efficace quando cominciamo a provare piacere comunicando.

* Se partiremo dall'idea che tutti hanno piacere di ascoltarci, il risultato arriverà guidato dalla nostra sicurezza.

L'atteggiamento mentale che avvicina il benessere

Come vi ho detto all'inizio, FourVoiceCoLORS(r) è un metodo analogico, il cui scopo è quello di insegnarvi come comunicare efficacemente senza dirvi "Comunica efficacemente".

In altre parole, non vi dirò mai "Sii empatico" ma "Usa tono basso, volume medio-basso, tempo lento, pause esitanti e un sorriso dolce". Così la vostra voce diventerà empatica senza che ve ne rendiate conto.

Però, non appena avrete preso dimestichezza con il metodo, occorrerà che il modo in cui parlate sia autentico, ovvero che la felicità che trasmetterete sia legata ad una vostra vera felicità. In Bene, quest'ultimo capitolo vuole essere un insieme di spunti di riflessione che vi suggeriranno alcuni strumenti per modificare in meglio il mondo che vi circonda.

Seguire un metodo significa decidere di cambiare il nostro comportamento migliorandolo. Quindi l'ultimo consiglio che devo darvi affinché possiate parlare veramente a colori è il seguente: cambiate le abitudini errate.

Perfezionare le nostre doti di comunicatori significa imparare a vivere ogni rapporto per la piacevolezza che questo può generare. Per raggiungere questo risultato occorre cambiare le nostre abitudini, sostituendo quelle errate con altre più profittevoli.

Può sembrare scontato, ma non è così: il processo non è automatico. Modificare le proprie abitudini non significa solo imparare a fare cose nuove, ma soprattutto imparare a non mettere più in atto i comportamenti che ci portano verso il fallimento e l'infelicità.

In altri termini, non serve a nulla aver capito come produrre le voci gialla, verde, blu e rossa se non avete prima sradicato quelle nera e grigia.

Esistono alcune abitudini errate, estremamente diffuse nelle società moderne, che vanno eliminate definitivamente. Le più importanti decisioni che vi consiglio di prendere in tal senso sono le seguenti:

- Imparate a leggere il mondo
- Smettete di lamentarvi
- Non parlate di problemi ed evitate i conflitti
- Nutrite la vostra mente con i pensieri giusti
- Sintonizzatevi su RDP: Radio Del Positivo
- Abbiate il coraggio di crederci e di essere altruisti.

Imparate a leggere il mondo

Pensateci bene: nessuno è infelice perché vuole esserlo. E nessuno prova piacere nel generare infelicità: chi fa del male reagisce al pensiero di averne ricevuto. Perché esiste l'aggressività? Perché anche noi a volte siamo aggressivi? Per puro piacere o forse semplicemente perché vogliamo difendere qualcosa in cui crediamo?

In effetti il vero motivo dell'aggressività è il desiderio di difendere i nostri valori da coloro che pensiamo, a torto o a ragione, li vogliamo negare o confutare. Quindi l'aggressività e i sentimenti negativi che essa genera sono fondati sulla ricerca del bene e noi ne facciamo uso nostro malgrado per difendere i nostri valori e le persone che amiamo. Ma se questo è ciò che capita a noi, perché non dovrebbe essere la stessa cosa anche per chi ci circonda?

Per arrivare al presupposto essenziale della felicità, occorre innanzitutto saper leggere correttamente il mondo intorno a noi: l'infelicità che vediamo è la conseguenza di una ricerca di felicità effettuata in modo sbagliato. Chi sa leggere il mondo non si fa toccare dall'altrui aggressività: non giudica la persona, ma la situazione in cui questa si trova e sa perfettamente che chiunque può diventare aggressivo.

Per ottenere la felicità dobbiamo prima renderci conto di avere dentro di noi gli strumenti per modificare il mondo circostante.

Smettete di lamentarvi

Il lamento è l'arma più micidiale fra quelle che tutti i giorni usiamo per farci del male. Chi si lamenta ottiene un duplice danno: uno interno (vive nell'infelicità) ed uno esterno (offusca la sua immagine).

Gli altri si creano un'idea di noi analizzando il nostro comportamento: d'altronde è ciò che facciamo noi stessi. Certa gente pensa che un'immagine lamentosa presenti parecchi vantaggi. È vero, ma solo in apparenza. Lamentarsi ci apre delle porte nella società, ma ci offre alcuni strumenti negandocene altri. Se state discutendo una causa in tribunale, il sistema è strutturato in modo da difendere i deboli: più soffrite, più sarete presi in considerazione. Nell'ambito lavorativo, più subite angherie più avrete armi per difendervi. In ambito religioso, più avrete sofferto più un giorno sarete ricompensati. Il gioco è sempre lo stesso: affinché il sistema si muova per noi, dobbiamo soffrire oggi per essere ricompensati domani.

Ma non sarebbe meglio stare bene oggi? Lamentandoci ci abituiamo a soffrire. E quando la sofferenza è diventata un abito, diviene parte di noi al punto che, a volte, quando la ricompensa arriva, non ce ne accorgiamo neanche. Siamo così abituati a lamentarci che troveremo qualcosa che non va anche nella ricompensa. Per essere felici bisogna imparare a smettere di soffrire e cominciare a ottenere la ricompensa fin da oggi.

Il prezzo da pagare per conquistare successo e felicità attraverso la comunicazione è quindi smettere di lamentarsi. Ipotizziamo un reparto composto da quindici persone in un'azienda qualsiasi. Se potessimo ascoltare i loro discorsi, noteremmo che gli argomenti basati su lamento e frustrazione ("Che vita grama, ogni giorno in ufficio", "Io lavoro e gli altri si arricchiscono", "Come vorrei cambiare azienda") sono più frequenti di quelli basati su felicità e motivazione ("Sono proprio felice", "Abbiamo clienti fantastici", "Che bello venire a lavorare" eccetera).

La demotivazione si poggia sulla nostra abitudine, sulla volontà e necessità di lamentarci. Noi ci lamentiamo costantemente perché ne abbiamo bisogno. Innanzitutto perché è un fattore aggregante (in alcune aziende sembra ci sia una gara a chi si lamenta di più) e in secondo luogo perché così facendo scarichiamo il peso delle responsabilità su qualcun altro. Spesso essere motivati e felici significa uscire dal coro. Parecchi si lamentano solo perché sanno che così saranno accettati dal gruppo: se siamo tutti sulla stessa barca e possiamo lamentarci, scattano sentimenti di fratellanza.

La conseguenza più perniciosa del lamento è l'impossibilità di provare al contempo anche pensieri felici e, di conseguenza, vivere una vita appagante. Ci lamentiamo perché non siamo felici, non rendendoci conto che è proprio la nostra attitudine al lamento a crearci un "abito mentale" di infelicità.

Va detto che la spinta al lamento viene ampiamente foraggiata dai condizionamenti che subiamo tutti i giorni. Due esempi su tutti: la politica e la pubblicità. I partiti ottengono consensi, che poi si tramutano in voti, lamentandosi di ciò che ha fatto l'altro schieramento, stimolando così sentimenti di avversione verso il "nemico". Questo significa che il lamento funziona? Certo: se siete dirigenti di un partito politico l'istigazione al lamento vi porterà soldi e potere. Ma se fate parte dei milioni di persone che quel partito lo votano, non ci guadagnerete molto a lamentarvi.

La pubblicità invece, come già presagiva il sociologo americano Vance Packard nel suo libro persuasori occulti, ha lo scopo di dipingere un mondo ideale, visibilmente migliore rispetto alla nostra condizione attuale. Per raggiungere il nostro benessere dovremo comprare quel determinato prodotto. Senza, non potremo mai essere veramente felici.

Abbiamo due modi per affrontare le situazioni: con successo o con fallimento. Nel primo caso tutto va come deve andare e siamo soddisfatti. Nel secondo invece le cose non vanno come dovrebbero e siamo insoddisfatti. Questa insoddisfazione è importantissima per il nostro equilibrio, ci permette di lamentarci. Il lamento e l'autocommiserazione sono un pericolosissimo strumento di piacere. Se diciamo che la colpa è degli altri o del destino, proveremo:

- un senso di deresponsabilizzazione ("Non è colpa mia, i quindi non prendetevela con me ma con chi ha sbagliato")
- un senso di autocommiserazione ("Povero me, chi mi aiuta?")
- un senso di odio verso i colpevoli ("Non c'è nessuno che mi aiuti a fermarli? Hanno rovinato la mia vita!").

Il meccanismo per il fallimento è un potentissimo strumento di piacere. Chi si sente un fallito giustifica la sua impotenza dando la colpa agli altri e questo gli consente di continuare a non fare nulla, perché tanto non servirebbe a niente. Per non parlare del piacere intrinseco, chimico, che deriva dall'autocommiserazione. Essendo un meccanismo che dà piacere, è difficilissimo sbarazzarsene. Ma c'è un modo: sostituire il piacere derivante dall'autocommiserazione e dall'odio verso i colpevoli con un piacere derivante dai propri successi e dall'amore verso il prossimo. Ed è un traguardo più facile di quanto si pensi, perché il lamento non è una protesta verso un'ingiustizia oggettiva, ma un'abitudine mentale a cibarsi di pensieri negativi.

È chiaro quindi che per assumere un abito mentale positivo occorre effettuare un cambiamento. Tutti vogliamo cambiare ciò che non ci piace di noi, giusto? Ma vorremmo anche che il cambiamento fosse indolore, in sostanza che avvenisse da solo, senza alcuno sforzo.

Molte delle persone che si iscrivono ai miei corsi sono convinte che, per il semplice fatto di essersi iscritti ad un corso sulla voce, abbiano già effettuato un cambiamento. In realtà il cambiamento avviene non quando ci si iscrive, ma quando si accetta con piacere di vivere un percorso fatto di impegno e motivazione verso il risultato. La strada che conduce verso il cambiamento da una comunicazione inefficace ad una comunicazione ricca ed appagante passa attraverso un atto di generosità: la capacità di generare pensieri positivi in chi ci circonda.

- È forse questo il punto più importante del mio libro. La mia speranza è che dopo averlo letto possiate raggiungere la piena consapevolezza di possedere degli strumenti per far sì che la vostra vita, attraverso il miglioramento della vostra voce, cambi radicalmente in meglio. Il lamento è il tarlo dell'umanità.

Non parlate di problemi ed evitate i conflitti

Uno dei più grandi paradossi della comunicazione nei rapporti di coppia, quelli fra genitori e figli o i rapporti tra colleghi, è il fatto che il problema non esiste finché non se ne parla.

Non esiste un mondo in cui sia tutto bello. Parimenti non esiste un mondo interamente brutto: la nostra percezione è basata su quella parte della realtà, bella o brutta, che siamo abituati a percepire. Eppure spesso parliamo di problemi in forma del tutto gratuita, come se fosse un modo per esorcizzarli.

Non voglio dire che non si debba parlare mai di problemi. Ciò che intendo è che si dovrebbe parlare di problemi solo nel caso in cui farlo possa aiutarci a risolverli. Quante volte parlando di una certa questione otteniamo come unico effetto di ingigantire situazioni altrimenti sopite e del tutto trascurabili? Un esempio su tutti: la gelosia.

Ancora più deleterio è farci coinvolgere nei problemi degli altri. A volte sembra che attribuiamo un valore insignificante al nostro tempo. Spesso lo spendiamo senza fare nulla di significativo e non ci sentiamo in colpa per questo. Riposarsi e staccare la mente è un elemento importantissimo di una vita sana, ma anche se possiamo dedicare del tempo al benessere, non dobbiamo dimenticare che non è infinito: occorre sfruttarlo al meglio se desideriamo raggiungere i nostri obiettivi. Tutto il nostro tempo dovrebbe essere usato per produrre reddito, piacere o soddisfazione. L'optimum è produrre reddito divertendoci. Eppure spesso passiamo ore immersi nei conflitti, senza renderci conto che:

- stiamo regalando tempo (e quindi soldi) a qualcun altro
- lui sta facendo lo stesso con noi
- alla fine della discussione la cosa più probabile è che quella persona si sia fatta una cattiva opinione di noi e parli male di noi con altre persone.

Quindi stiamo regalando soldi allo scopo di farci trattare male. Vi sembra un comportamento intelligente? Cercare la serenità è molto più conveniente che comunicare risentimento. Tuttavia, ci sono momenti in cui reagiamo per difenderci da attacchi esterni; in quei casi l'aggressività sembra essere l'unica risposta plausibile. Non è così: al contrario, nel momento in cui reagiamo a una provocazione, diventiamo parte del conflitto di qualcun altro.

L'esempio classico è il nostro comportamento in automobile. Quando qualcuno ci aggredisce per la nostra guida, se siamo convinti di avere ragione reagiamo con pari intensità. Non ci rendiamo conto che,

rispondendo alla provocazione, diventiamo conflittuali tanto quanto chi ci ha provocato. Quante volte abbiamo sentito dire: "Mi ha provocato, ho dovuto reagire in quel modo". In realtà non è scritto da nessuna parte che, se aggrediti, dobbiamo reagire aggredendo. Se qualcuno vi insulta senza motivo, probabilmente ha dei problemi di equilibrio. Forse è instabile perché vive una vita troppo stressante. Se qualcuno vi dicesse: "Ora verrai aggredito da una persona con problemi di comportamento", non sareste portati a compatirlo anziché reagire? Dipende solo da noi decidere quale comportamento adottare. Se rispondiamo alla violenza con la violenza, siamo conflittuali anche noi.

Nutrite la vostra mente con i pensieri giusti

Occupandomi di comunicazione, mi sono trovato a riflettere su un aspetto del pessimismo che spesso sfugge ai più: la nostra capacità di pensiero è limitata. Provate a ipotizzare quanti pensieri un individuo nella media può avere in un quarto d'ora. Supponiamo che abbia una capacità di dieci pensieri in un quarto d'ora. Se riempie la sua mente con nove pensieri negativi, anche il decimo pensiero tenderà probabilmente, per osmosi, verso il negativo (è il sentimento del pessimista quando vede il bicchiere mezzo vuoto). Pessimismo o ottimismo sono abiti mentali, atteggiamenti con i quali siamo abituati a interpretare la vita. Se penso cose negative oggi, domani, dopodomani, e così tutti i giorni, la possibilità di essere ottimista e di vedere il bene si assottiglia sempre di più. Ecco perciò la mia riflessione:

* la vita (almeno quella terrena) è una * tutti vorremmo essere felici * quando siamo felici pensiamo cose positive * se pensiamo sempre cose negative, non saremo mai felici * la vita è sempre una.

Spesso la vita scorre, inesorabilmente, nell'attesa che qualcosa cambi. Ma è un'attesa vana: ogni pensiero negativo trascina con sé altri pensieri negativi. Se una parte dei nostri pensieri è cronicamente utilizzata per fronteggiare le nostre paure il risultato, alla lunga, potrà essere solo la demotivazione.

Ma esiste un rimedio, espresso dalla frase apparentemente banale "occorre decidere di essere felici". Il filosofo tedesco Ludwig Feuerbach affermò che esiste un'unità inscindibile fra psiche e corpo, e quindi: per migliorare la qualità della mente - cioè della vita - dobbiamo alimentarci meglio. (nota: Ludwig Feuerbach, Il mistero del sacrificio o l'uomo è ciò che mangia, 1862. fine nota)

Parafrasando Feuerbach in un'ottica cibernetica, potremmo dire: "L'uomo è ciò che pensa". In effetti il corso della nostra vita segue quello dei nostri pensieri: quando le cose vanno bene, siamo felici e automaticamente attiriamo altre situazioni gratificanti. Quando siamo tristi, sembra che nulla vada più per il verso giusto. Chi è timoroso verso una situazione (discorso pubblico, colloquio di lavoro, esame d'università) attirerà l'insuccesso. Anche nel nostro caso, quindi, possiamo affermare: "Nutrendo la mente con pensieri migliori, avremo una vita migliore".

Avete mai pensato alle tipologie di pensiero che solitamente affollano la nostra mente? Una recente e fortunata campagna pubblicitaria mostra i vari momenti di vita di una particella di sodio la cui casa è una bottiglia d'acqua minerale: di solito è triste perché non ha compagnia e intenerisce per la sua ricerca d'affetto. La particella di sodio ricorda la solitudine dei pensieri positivi nella mente di molte persone. Si tratta di un atteggiamento mentale molto frequente che causa uno stato cronico di infelicità del tutto gratuita ("Nessuno mi capisce", "Tutti vanno avanti nel lavoro tranne me", "Non me ne va mai bene una" eccetera).

"Una precisazione: non desidero affatto sindacare la legittimità dei pensieri negativi né il diritto che molti hanno, sentendosi vessati, di averli. Il mio unico scopo è dimostrare in che modo i pensieri negativi siano in grado di danneggiarci una volta che hanno preso il sopravvento.

Ecco un esempio visivo per capire che cosa avviene nella mente di una persona assillata da pensieri negativi. Guardate attentamente queste due figure.

Figura 1 un cerchio con tante faccine tristi e una felice Figura 2 un cerchio con tante faccine felici e una triste Rispondete sinceramente: quali faccine vi attraggono di più? È ovvio: siamo tutti attratti dalle faccine sorridenti. Se vi chiedessi invece quale delle due figure preferite, la risposta non sarebbe univoca. Forse amate la figura 1 e parteggiate per l'unica faccina sorridente o forse, scoraggiati dalla moltitudine di facce tristi della figura 1, avete scelto la figura 2. Le due figure ritraggono simbolicamente la mente di due individui e le faccine sono i dieci pensieri che l'individuo in questione ha focalizzato nell'ultimo quarto d'ora. Il primo individuo negli ultimi quindici minuti ha pensato:

- Che figuraccia ho fatto nell'ascensore!
- Siamo a gennaio e ci sono 22 gradi!
- Sono preoccupato per il futuro.

Il secondo individuo invece ha pensato:

- Che persona simpatica ho conosciuto in ascensore!
- Che inverno meraviglioso, non è mai stato così soleggiato!
- Credo proprio che le cose si stiano mettendo bene.

Se ci fate caso, i due individui hanno vissuto le stesse esperienze, ma traendone conclusioni diametralmente opposte. Com'è possibile? E soprattutto, quale dei due ci assomiglia di più? Tutti siamo soggetti a pessimismo e negatività. Ma esiste un rimedio: una brusca e felice inversione di rotta che potete decidere di attuare anche a partire da questo momento.

Ricordate: essere felici è molto meno complesso di quanto vogliano farci credere. Il nostro cervello non può pensare che a poche cose. Se lo riempiamo di pensieri negativi non avremo spazio per essere felici. Non ce ne rimarrà il tempo. Conosco centinaia di persone che vorrebbero essere felici ma non pensano le cose giuste. Il segreto per essere felici è quello di rimanere concentrati sugli aspetti positivi. Occorre non pensare alle difficoltà, non dare loro peso, altrimenti saremo noi stessi ad evocarle.

In definitiva il segreto del pensiero positivo è un fatto matematico. Se in un'ora possiamo pensare a dieci cose, occorre che siano tutte positive: se cinque di queste sono negative, saremo al 50% del nostro potenziale. A voi la scelta! Nel prossimo paragrafo vedremo un piccolo escamotage che può semplificarci ulteriormente la vita.

Sintonizzatevi su RDP: Radio Del Positivo

Tutti noi abbiamo una o più radio preferite. Si tratta della radio o delle radio che maggiormente rispondono ai nostri gusti intellettuali.

Qual è la vostra radio preferita? E quali sono i motivi per cui la ascoltate? Avete risposto? Bene.

Supponiamo che siate sintonizzati sulla vostra radio preferita. Dal momento che è possibile sintonizzarsi solo su una stazione per volta, non siete in grado di percepire cosa stanno mandando in onda le altre: per quanto ne sapete, potrebbero anche essere tutte spente! Ma è ovvio che non è così. Basta cambiare frequenza per far rivivere le radio che fino a un momento prima erano fuori dalla vostra coscienza. La stessa cosa capita nella vita quando una persona sceglie di essere ottimista o pessimista. Non esiste un mondo tutto positivo o tutto negativo: ogni situazione, senza eccezioni, possiede entrambi gli aspetti. Siamo noi a determinare se una situazione è bella o brutta, di solito secondo la nostra abitudine a selezionare i lati entusiasmanti o quelli deprimenti. Vale a dire, a seconda che la nostra radio preferita sia la Radio Del Positivo o la Radio del Negativo.

Un esempio? Pensiamo a due persone che entrano in una stanza d'albergo. Ci sarà chi noterà la piacevole luminosità dell'ambiente, chi la deprimente povertà dell'arredamento. Al ristorante, qualcuno sarà felice per la velocità del servizio, qualcun altro sarà contrariato perché la pasta era troppo al dente. A un concerto di musica sinfonica, avremo chi sarà emozionato dalla magia dell'impatto orchestrale e chi noterà con disappunto che in un passaggio il primo violino forse ha steccato. La stessa situazione può essere vissuta da due persone in modi assolutamente opposti, generando felicità o disagio, a seconda di quali aspetti le due persone siano abituate ad evidenziare.

Per essere felici occorre smettere di lamentarsi. Gli aspetti positivi o negativi di una questione esistono entrambi: se ci sintonizziamo su RDP, la Radio Del Positivo, ogni esperienza diventerà più bella, e soprattutto RDN, la Radio Del Negativo, scomparirà. Cosa ci guadagno a sintonizzarmi sulla Radio Del Positivo? Salute, gioia, emozioni e, nel nostro contesto, una comunicazione entusiasmante con tutti.

Posto che la stanza d'albergo è luminosa ma povera di arredamento e stabilito che non la posso cambiare, apprezzare la luce mi illuminerà. Vivrò un'emozione positiva e le esperienze positive stimolano nel corpo la produzione di adrenalina, dopamina e serotonina, sostanze alla base della percezione del piacere. È questo il motivo per cui, per esempio, ci innamoriamo.

Naturalmente può capitare anche il contrario: il pessimista, con la sua abitudine a lamentarsi, rischia di rendere la sua vita piena di sensazioni di fallimento. Se tendiamo a vedere ciò che non va nelle situazioni, giungeremo a farlo di continuo.

Abbiate il coraggio di crederci e di essere altruisti

Come si fa a cambiare? Occorre attivare quello che chiamo "Il coraggio di crederci e di essere altruisti". Per usare la metafora della radio: la nostra stazione preferita è sempre la stessa, tutti i giorni, mattina o sera, indipendentemente dal nostro umore? Certo che no: cambiare canale non solo si può, è anche un'esperienza piacevole. Si tratta di modificare la nostra sensibilità e di adattarla a dare e ricevere sensazioni positive. Per

essere felici occorre essere altruisti.

Secondo la morale comune, l'egoismo è un aspetto di ciò che è considerato il male. L'egoista è colui che pensa al proprio soddisfacimento, incurante delle esigenze altrui. Una definizione con la quale non si può che essere d'accordo. Vediamo ora come potremmo definire l'altruista. Non credo di essere lontano dalla verità dicendovi che per la maggioranza di noi l'altruista non pensa al proprio soddisfacimento per dedicarsi invece alle esigenze degli altri. Ma siamo veramente sicuri che l'altruista nel pensare alle esigenze degli altri non stia pensando nel contempo al proprio soddisfacimento?

Fateci caso, la definizione di egoista comprende due parametri:

- pensa al proprio soddisfacimento
- non si cura delle esigenze degli altri.

Secondo voi, un altruista che si spoglia di tutto per darlo agli altri, sta seguendo un impulso esterno o interno? Non è alla fine lui a decidere di regalare la sua vita agli altri, per soddisfare un suo bisogno? Credo che tutti, egoisti o altruisti, soddisfiamo innanzitutto un nostro bisogno: la differenza sta nel fatto che l'egoista ha bisogno di pensare a sé e l'altruista di pensare agli altri.

Qualunque cosa facciamo, siamo noi a decidere di farla. E, anche nel caso si trattasse di una scelta obbligata, saremmo comunque noi a scegliere. Quindi, a mio avviso, l'altruista è una persona che ottiene il proprio soddisfacimento attraverso l'attenzione alle esigenze degli altri.

Abbiamo visto che una voce felice comunica un sincero stato di benessere. Il medesimo stato di benessere che la maggior parte delle persone negano sia a loro stesse sia agli altri. Nella civiltà del lamento, quasi tutti vivono la frustrazione di essersi privati di qualcosa a beneficio di qualcun altro che non si è nemmeno preso la briga di ringraziare. Queste persone non conoscono il concetto di altruismo che abbiamo appena esposto. Infatti, se sapessero che nel fare qualcosa per qualcun altro hanno innanzitutto soddisfatto un loro desiderio, non se ne lamenterebbero.

L'atteggiamento mentale che avvicina il benessere: punti chiave

* Perfezionare le nostre doti di comunicatori significa imparare a vivere ogni rapporto per la piacevolezza che questo può generare. Per raggiungere questo risultato occorre cambiare le nostre abitudini, sostituendo quelle errate con altre più proficue.

* Per passare dall'infelicità alla felicità dobbiamo percepire dentro di noi la forza e gli strumenti per modificare il mondo circostante.

* L'infelicità che vediamo è la conseguenza di una ricerca di felicità effettuata in modo sbagliato.

* Il lamento è il tarlo dell'umanità. Rende impossibile provare al contempo anche pensieri felici.

* Chi si lamenta ottiene un duplice danno: uno interno (vive nell'infelicità) ed uno esterno (offusca la sua immagine).

* Ci lamentiamo perché pensiamo di non essere felici; in realtà è proprio la nostra attitudine al lamento a crearci un "abito mentale" di infelicità.

* Il lamento non è una protesta verso un'ingiustizia oggettiva, ma un'abitudine mentale a cibarci di pensieri negativi.

* Il problema non esiste finché non se ne parla: si dovrebbe parlare di problemi solo nel caso in cui parlarne possa aiutarci a risolverli.

* Nel momento in cui reagiamo a una provocazione, diventiamo parte del conflitto di qualcun altro.

* La nostra mente ha una "capacità" limitata. Se pensiamo cose negative non possiamo pensare cose positive: * ogni pensiero negativo trascina dietro di sé altri pensieri negativi.

* Ma esiste un rimedio: "occorre decidere di essere felici". Nutrendo la mente con pensieri migliori, avremo una vita migliore.

* Non esiste un mondo tutto positivo o tutto negativo: ogni situazione possiede entrambi gli aspetti. Siamo noi a determinare se una situazione è bella o brutta; ciò dipende dalla nostra abitudine a selezionare i lati entusiasmanti o quelli deprimenti.

* Per essere felici occorre essere altruisti. La capacità di dare per primi è contagiosa e attiva negli altri la propensione a ricambiarsi.

FourVoiceColors(r): esercizi ed allegati audio

Un sogno e un metodo

Desidero che questo libro e il CD audio allegato vi forniscano risultati concreti, pratici, misurabili. Desidero che fra qualche tempo possiate essere orgogliosi di aver migliorato significativamente la vostra voce e con questa tutti i vostri rapporti.

L'esperienza di questi anni, sia come doppiatore sia come formatore, mi ha insegnato che per ottenere

risultati concreti occorrono innanzitutto due cose: un sogno e un metodo.

- Il sogno è la base di tutto, è la nostra parte emotiva, è il divario fra ciò che siamo e ciò che vorremmo diventare, è la benzina che ci fa muovere, è lo scopo per cui siamo vivi. Il nostro sogno è ciò che rappresenta la differenza fra noi e gli altri individui. Senza sogni saremmo tutti uguali: uomini e donne accomunati dalla ricerca di cibo, riparo, tranquillità. Il sogno è ciò che ci differenzia dagli animali, è la più alta rappresentazione dell'essere umano, perché ci mette in condizione di operare una magia: creare ciò che prima non c'era e che ci sarà solo perché l'abbiamo pensato noi.
- Il metodo è la parte pragmatica, è la razionalizzazione delle mosse che ci avvicineranno gradualmente alla realizzazione del sogno. Il metodo è importante ma molto insidioso. Rappresenta l'essenza della fallibilità umana. Fateci caso: pensate alle persone che hanno avuto successo nella vita. Che cosa ha decretato il loro successo, il sogno o il metodo? Dove hanno fallito, nell'immaginare cosa avrebbero voluto fare o nella realizzazione pratica?

Il sogno, nel caso di questo libro, è quello di riuscire a far sì che quando parliamo gli altri capiscano esattamente ciò che volevamo dire. Sapere di non essere fraintesi apre le porte ad una vita fatta di appagamento, autostima, piacevolezza, sicurezza personale. Vi è mai capitato di pensare di poter essere meglio di ciò che pensate di essere? Se la risposta a quest'ultima domanda è affermativa siete pronti per realizzare il vostro sogno.

Il metodo, l'avrete capito, è FourVoiceColors(r). Imparando ad associare l'emozione giusta al contenuto delle vostre parole, ed imparando a generare emozioni nella giusta sequenza: simpatia - fiducia - autorevolezza - passione sarete presto capaci di indurre negli altri una risposta comportamentale sempre più favorevole e questo incrementerà la vostra sicurezza e la percezione di appagamento.

Ed ora, dalla teoria passiamo alla pratica.

Ricordate? La voce è un fatto fisico quindi per essere migliorata richiede esercizi fisici. Prendete il CD e cominciate ad ascoltarlo: le pagine che seguono contengono gli esercizi sui quali vi chiederò di fare pratica. Gli esercizi pratici rappresentano l'ossatura del nostro corso e vi condurranno a mano a mano verso il risultato.

Impegnatevi più che potete e soprattutto divertitevi: i vostri risultati e il cambiamento della vostra vita dipendono molto da quanto riuscirete ad esercitarvi in questa fase. Ascoltando il CD allegato e ripetendo con me gli esercizi che vi proporrò vi troverete in breve tempo ad aver cambiato la vostra voce senza rendervene conto.

Buon divertimento!

Prima parte: la preparazione della voce

1. Come la tua voce può cambiare la tua vita
2. Migliora rapidamente la tua voce con il metodo FourVoiceColors(r)
3. Registra la tua voce (vedi Esercizi 1 e 2)
4. La respirazione
5. Il suono (vedi Esercizio 3)
6. L'intenzione (vedi Esercizio 4)
7. L'articolazione (vedi Esercizio 5)
8. La prosodia (vedi Esercizio 6)
9. Sbloccarsi (vedi Esercizio 7)
10. Aumento dell'espressività vocale
11. Il volume
12. Il tono
13. Il tempo (vedi Esercizio 8)
14. Il ritmo (vedi Esercizio 9)

Seconda parte: generare emozioni con la voce

15. Introduzione ai colori
16. Come produrre una voce gialla
17. La voce gialla
18. Come produrre una voce verde
19. La voce verde wmb
20. Come produrre una voce blu
21. La voce blu
22. Come produrre una voce rossa
23. La voce rossa
24. Evitare le voci grigia e nera
25. Scrivere a colori
26. Registrazione finale (vedi Esercizio 10)
27. Conclusione

Andate sul sito www.lavoce.net e inserite la password emozioni Potrete scoprire se la vostra voce è gialla, verde, blu, rossa, grigia o nera.

Esercizio 1

Registra la tua voce Signor Galli, buongiorno, sono felice di incontrarla, come sta? ho apprezzato molto ciò che mi ha detto al telefono, e posso dirle che al suo posto penserei esattamente le stesse cose: grazie comunque per l'attestazione di stima. tutto ciò mi ha colpito e oggi sono qui per accontentarla. Guardi qua: quella che ha davanti è un raro esemplare di ROSA VIOLARUM. La SFIORI, SENTA LA DELICATEZZA del velluto, si inebri del suo profumo avvolgente. Provi ad immaginare la scena: quando la presenterà ai suoi clienti sarà un successo sicuro, mi creda!

Esercizio 2

Registra la tua voce Buongiorno a tutti. Vi ho convocati qui stamattina, prima di cominciare la giornata, per parlarvi di un argomento di estrema importanza per la nostra azienda. so che tutti voi avete dato il massimo negli ultimi tempi; e in particolare sono a conoscenza dei sacrifici che molti di voi hanno messo in atto pur di raggiungere insieme l'obiettivo che ci eravamo prefissi. io vi ringrazio di tutto ciò, senza il vostro apporto i risultati che abbiamo raggiunto non sarebbero stati neanche immaginabili.

Esercizio 3

Il suono La macchina blu è molto più bella della macchina verde e tutte e due insieme sono molto più belle della macchina gialla.

Esercizio 4

L'intenzione "Buon uomo, sapreste indicarmi la strada per giungere al villaggio?"

Esercizio 5

L'articolazione Esaminiamo approfonditamente l'interruttore inerziale di sicurezza il cui compito di interrompere l'alimentazione ELETTRICA DELL'eLETTROPOMPA CARBURANTE NEL CASO IN CUI IL VEICOLO SUBISCA VIOLENTE DECELERAZIONI A CAUSA DI URTI INEVITABILI SERVE AD EVITARE CHE POSSANO INCORRERE PRECIPITOSE FUORIUSCITE DI CARBURANTE LA CUI PRESENZA GENEREREBBE INCENDI E FERMI MACCHINA.

Esercizio 6

La prosodia Buongiorno a tutti, mi chiamo Sono in questa azienda da diversi anni e mi occupo di

Esercizio 7

Sbloccarsi Vedi "Tre minuti di libertà e rilassamento" pag.

172. Effettuare l'esercizio più volte fino a percepire un senso di piacevole abbandono nel parlare.

Esercizio 8

Il tempo C'era una volta, in un vecchio castello incantato. una bellissima principessa.

Esercizio 9

Il ritmo Sono molto felice di essere qua con voi...

... e vi ringrazio per i bellissimi giorni che abbiamo passato insieme.

Esercizio 10

Registrazione finale Vorrei parlarvi di una cosa che mi è capitata e che mi piacerebbe condividere con tutti voi, perché leggo nei vostri volti che posso esprimermi liberamente.

Conclusione

Ora sapete che cos'è la voce felice. Adesso tocca a voi. Se sarete in grado di esercitarvi tutti i giorni, potrete raggiungere l'obiettivo di mettere la voce al servizio vostro e di chi vi ascolta.

Non lasciate che la vostra voce vada per conto suo: imparate a comandarla e a gestirla.

Registrala e riascoltatevi, dite alle persone che avete vicino di segnalarvi errori e miglioramenti, ma soprattutto fate tanto esercizio. È divertente!

Cercate soprattutto di essere espressivi. Scrivete una frase di tre righe ed imparate a pronunciarla cercando di rendere ogni volta uno stato d'animo diverso.

Se seguirete scrupolosamente le mie indicazioni, i primi risultati arriveranno già alla fine delle prime otto ore di studio. Ma per consolidare i progressi e farli diventare parte di voi occorrerà naturalmente più tempo. Se sarete costanti vi stupirete di voi stessi, ve lo garantisco.

Se volete maggiori informazioni sui miei corsi rivolti a tutti, sulle attività formative specifiche per le aziende

o sui grammi di Voice Coaching individuale, consultate il mio sito internet www.lavoce.net La capacità di comunicare espressivamente è già in voi. Dovete solo farla emergere. Non abbiate paura di essere "belli".

Ciro Imparato

Ringraziamenti

Desidero ringraziare di cuore tutti coloro che, negli anni, hanno contribuito a rendere possibile la stesura di questo testo. Ringrazio il professor Gian Piero Quaglino e il professor Fausto Massimini per avermi fatto scoprire, durante i miei studi, che la psicologia può essere usata per creare e monitorare la felicità negli individui. Ringrazio il dottor Lorenzo Manfredini per avermi insegnato, con la bioenergetica, che lavorare sul corpo produce un risultato immediato ed efficace anche sulla mente. Ringrazio il mio Maestro di dizione, Iginio Bonazzi, per avermi trasferito la passione verso la ricerca di una voce sempre migliore.

Ringrazio Riccardo Penna per avermi chiesto: "Di che colore è la sincerità?", Daniela De Meo per avermi assistito durante gli anni di sviluppo del metodo, Nadia Milliery Ognibene per aver editato la prima stesura del testo, Fabio Ellena per avermi aiutato nelle revisioni degli ultimi mesi con entusiasmo e professionalità, Giovanna Santarsiero per il suo impegno nello sviluppo de La voce che cura, Bernardo Paoli, Rita Clemente e Luciana Novarino per la preziosa collaborazione nella Commissione Scuola, Maria Grazia Narciso per aver definito per prima FourVoiceColors(r) un "metodo analogico", Sergio Bezzanti per aver saputo magistralmente tradurre in forma grafica le mie idee, Gianluca Maffei per aver ideato il quadro sinottico di pag. 108, Felix Lecce per aver definito FourVoiceColors(r) "NLP voice modeling", Tuvia Fogel per la professionalità e pinsostituibile supporto editoriale, Elisabetta Albieri per la passione e la competenza con cui ha sostenuto questo progetto fin all'inizio arricchendolo di mille preziosissimi spunti, e Sabina Bonardo per l'affetto con cui ha saputo essermi vicina in tutto questo tempo.

Ringrazio inoltre la dottoressa Licia Devalle, direttore di Skillab, centro di formazione dell'Unione Industriale di Torino, per aver creduto con entusiasmo e grande disponibilità nell'applicazione di FourVoiceColors(r) alle realtà aziendali, e con lei il Gruppo Fiat e tutti i clienti con i quali ho condiviso meravigliosi momenti formativi.

Dedico infine questo libro a coloro che hanno partecipato ai miei corsi e che hanno visitato il mio sito internet www.lavoce.net. Con le loro domande, le testimonianze, le loro resistenze e il loro impegno mi hanno aiutato a scoprire la maggior parte delle cose che so.

Ringrazio inoltre i medici e i professionisti per le loro testimonianze nelle sezioni "La voce che cura" e "La voce che vende".

Un pensiero speciale va ai miei genitori per i valori che mi hanno trasmesso. I loro insegnamenti ancora oggi mi riempiono il cuore e hanno ispirato ciò che ho fatto nella vita. Fu mia mamma ad insegnarmi come generare un feedback positivo, quando mi diceva: "Sorridi per primo, vedrai che le altre persone ti sorrideranno".

Bibliografia

Anolli, Luigi, Psicologia della comunicazione, Il Mulino, Bologna 2002.

Arcuri, Luciano, Castelli, Luigi, La cognizione sociale. Strutture e processi di rappresentazione, Laterza, Roma 2000.

Arcuri, Luciano, Cadinu, Maria Rosaria, Gli stereotipi, Il Mulino, Bologna 1998.

Bandura, Albert, Self-efficacy: The exercise of control, New York, New York 1997.

Berruto, Gaetano, Corso elementare di linguistica generale, UTET, Torino 2006.

Buscaglia, Leo, Vivere, Amare, Capirsi, Mondadori, Milano 1985.

Cacciari, Cristina, Psicologia del linguaggio, Il Mulino, Bologna 2001

Carnegie, Dale, Come trattare gli altri e farseli amici, Fabbri, Milano 1986.

Castagna, Maurizio, Progettare la formazione, Franco Angeli, Milano 1991.

Csikszentmihalyi, Mihaly, Beyond Boredom and Anxiety: Experiencing Flow in Work and Play, San Francisco, California 1985.

- Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention New York, New York 1997.

- Flow: The Psychology of Optimal Experience, New York, New York 1991.

- "The contribution of flow to positive psychology: Scientific essays in honor of Martin E.P. Seligman, in J.E. Gillham, a cura di The science of optimism and hope, Filadelfia, Pennsylvania 2000.

CSIKSZENTMIHALYI, MIHALY, CSIKSZENTMIHALYI, ISABELLA SELEGA (a Cura di), Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness, Cambridge University Press, Cambridge 1988.

Daco, Pierre, Che cos'è la psicologia, Sansoni, Firenze 1966.

D'arrigo, Angelo, In volo sopra il mondo, Mondadori, Milano 2005.

De Bartolomeis, Francesco, Produrre a scuola, Feltrinelli, Milano 1983.

De Bono, Edward, Sei cappelli per pensare, Rizzoli, Milano 1991

De Saussure, Ferdinand, Corso di linguistica generale, Laterza, Roma 2008.

Dilts, Robert, Grinder, John, Bandler, Richard, Bandler, Leslie C, DeLozier, Judith, Programmazione neurolinguistica: studio della struttura dell'esperienza soggettiva, Astrolabio, Roma 1982.

Dyer, Wayne, Le vostre zone erranee, Rizzoli, Milano 1977.

Ekman, Paul, Giù la maschera: come riconoscere le emozioni dall'espressione del viso, Giunti, Firenze 2007.

Erodoto, Storie (libro I), Mondolibri, Milano 2002.

Feuerbach, Ludwig, Il mistero del sacrificio o l'uomo è ciò che mangia, 1862.

Fisher, Roger, Ury, William, Patton, Bruce, L'arte del negoziato, Mondadori, Milano 1985.

Fussi, Franco, Il trattamento logopedico delle disfonie ipercinetiche, Omega, Torino 1992. Fussi, Franco, Magnani, Silvia, L'arte, Omega, Torino 1994.

Daniel Goleman, Intelligenza emotiva, Rizzoli, Milano 1997.

Grice, Paul, Logica e conversazione: saggi su intenzione, significato e comunicazione, Il Mulino, Bologna 1993.

Imparato, Ciro, Duchesneau, Claude, Manuale del lettore, Leumann, Rivoli 1997. Jakobson, Roman, Saggi di linguistica generale, Feltrinelli, Milano 1972.

Kant, Immanuel, Scritti politici e di filosofia della storia e del diritto, UTET, Torino 1995. Lowen, Alexander, Bioenergetica, Feltrinelli, Milano 1987.

- Il linguaggio del corpo, Feltrinelli, Milano 1978. lit Mahesh Yogi, Maharishi, La scienza dell'essere e l'arte del vivere, Astrolabio, Roma 1970. Maltz, Maxwell, Psico-cibernetica: un nuovo metodo per dare più vita alla vostra vita, Astrolabio, Roma 1965.

Manfredi, Paola, Imbasciati, Antonio, Il feto ci ascolta... e impara, Boria, Roma 2004. Massimini, Fausto, Carli, Massimo, "The systematic assessment of flow in daily experience", in M. Csikszentmihalyi, I.S. Csikszentmihalyi (a cura di), Optimal experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness, Cambridge University Press, Cambridge 1988.

Massimini, Fausto, Inghilleri, Paolo, Delle Fave, Antonella, La selezione psicologica umana. Teoria e metodo d'analisi, IULM, Milano 1996.

Mehrabian, Albert, Nonverbal communication, Chicago, Illinois 1972.

- Silent messages, Wadsworth, Belmont, California 1971

Migliorini, Bruno, Tagliavini, Carlo, Fiorelli, Piero, Dizionario d'ortografia e di pronunzia, ERI, Torino 1969.

Musatti, Cesare, Trattato di psicoanalisi, Einaudi, Torino 1950.

Packard, Vance, I persuasori occulti, Einaudi, Torino 1958. Perls, Fritz, L'approccio della Gestalt - Testimone oculare della terapia, Astrolabio, Roma 1977.

Pezin, Patrick, / libro degli esercizi per attori, Audino, Roma 2003.

Plutarco, Vite parallele: Demostene e Cicerone, Carabba, Lanciano 1925. Quaglino, Gian Piero, Fare formazione, Il Mulino, Bologna 2002.

Quaglino, Gian Piero, Carrozzini, Gian Piero, Il processo di formazione. Dall'analisi dei bisogni alla valutazione dei risultati, Franco Angeli, Milano 2003.

Quintiliano, M. Fabio, Istituzioni oratorie, Avia Pervia, Seregno 1994.

Rosenthal, Robert, Jacobson, Leonore, Pigmaliione in classe, Franco Angeli, Milano 1972.

Schindler, Oskar, Bonazzi, Iginio, Dico bene? - Principi di dizione, analisi acustica ed articolatoria, Omega, Torino 2005.

Schindler, Oskar, Schindler, Antonio, Fisiologia della comunicazione umana, Omega, Torino 2001.

Shannon, Claude Elwood, Weaver, Warren, La teoria matematica della comunicazione, ETAS libri, Milano 1983.

Spolin, Viola, Esercizi e improvvisazioni per il teatro, Audino, Roma 2005.

Stanislavskij, Konstantin S., Il lavoro dell'attore sul personaggio, La terza, Roma 1993.

Stanislavskij, Kostantin, Il lavoro dell'attore su se stesso, Laterza, Roma 1991.

Stella, Silvio, Lavoro interno e lavoro esterno, Centro scientifico torinese, Torino 1986.

Strasberg, Lee, Lezioni all'Actors Studio, Audini, Roma 2002.

Von Bertalanffy, Ludwig, Teoria generale dei sistemi: fondamenti, sviluppo, applicazioni, Istituto librario internazionale, Milano 1971

Watzlawick, Paul, Helmick Beavin, Janet Jackson, Don D., Pragmatica della comunicazione umana: studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi, Astrolabio, Roma 1997.

Watzlawick, Paul, Weakland, John H., Fuchs, Richard, Change: sulla formazione e la soluzione dei problemi, Astrolabio, Roma 1974.

Wiener, Norbert, La cibernetica: controllo e comunicazione nell'animale e nella macchina, Il saggiatore, Milano 1982.

Winnicott, Donald, Gioco e realtà, Armando, Roma 1976.

I nostri suggerimenti

Il corpo non mente - Comprendere se stessi liberando le proprie emozioni di Luciano Marchino, Monique Mizrahi Un percorso di scoperta delle energie e delle potenzialità del nostro corpo, il miglior indicatore di che cosa non va in noi e il miglior guaritore possibile.

Counseling - Trasformare i problemi in soluzioni di Luciano Marchino, Monique Mizrahi Un saggio sul nuovo modello di relazione d'aiuto che sostiene le persone nell'affrontare momenti critici di passaggio: l'adolescenza, un lutto, un divorzio, una malattia, un conflitto.

Psicofitness - Una nuova scienza per il benessere della mente di Giampaolo Perna e Giulio Divo Una nuova disciplina che ci fornisce gli strumenti per ritrovare il benessere psichico e fisico attraverso l'integrazione delle più recenti ricerche scientifiche.

Dai colori alla tua vita - Il segreto per vivere meglio di Livio Sgarbi Un invito a compiere il viaggio più bello: vivere una vita piena e autentica, di successo, sviluppando le proprie qualità e realizzando i propri desideri.

Come riprendersi dalle mazzate - Le cose che fanno bene quando stai male di Brian Babington Come affrontare un fallimento, sia esso una separazione, un licenziamento, la perdita di una persona cara? Un manuale coinvolgente e pieno di suggerimenti per risalire la china.

Le sette leggi spirituali del successo - Con una piccola guida agli esercizi di Deepak Chopra Una via alternativa ad ambizione e superlavoro: un percorso verso il successo che giorno dopo giorno vi procurerà prosperità, stabilità emotiva e psicologica, energia ed entusiasmo.

Tutta un'altra vita - Come realizzare i propri sogni vincendo la paura e le emozioni negative di Lucia Giovannini Se ti senti prigioniero di una vita che non ti piace e tutto ti sembra sbagliato, questo libro ti aiuterà efficacemente a scoprire i tuoi reali desideri e a individuare la strada giusta per realizzarli.

La rabbia - Come trasformare un sentimento represso in equilibrio ed energia di Ruth King Scopri la tua eredità di rabbia e impara a valorizzare questo retaggio trasformandolo in energia vitale, smettendo di alimentare la tua sofferenza.

Malate di emozioni - Le dipendenze femminili: come affrontarle e superarle di William Lowenstein e Dominique Rouch Le donne sono più vulnerabili alle dipendenze, sia da sostanze come alcol, sigarette, droga, sia affettive o da comportamenti compulsivi. Un libro su come affrontarle e uscirne. Iem
Ascolta i grilli e scendi dall'ottovolante - Manuale di indipendenza emotiva di Debora Conti Un metodo efficace e testato, pieno di esempi utili e strategie vincenti, per liberarti dai condizionamenti che ti affaticano e ti intristiscono la vita.

Come funziona la Legge d'Attrazione - Per ottenere tutto ciò che vuoi di Michael J. Losier Scopri com'è facile usare a tuo vantaggio il Segreto che può cambiarti la vita. Per realizzare i tuoi desideri, allontanare le negatività, attrarre il tuo partner ideale.