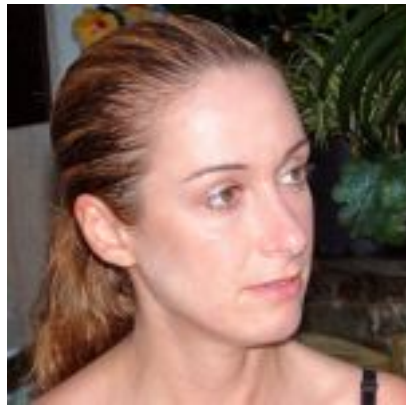




Sogni e obiettivi: intervista a Silvia Minguzzi



Silvia Minguzzi

Silvia Minguzzi si occupa professionalmente di formazione, coaching e crescita personale ([vedi sito](#)). Come spettatrice segue assiduamente i laboratori e gli spettacoli di cabaret. Visto che Ananas Blog tratta anche di speranze e obiettivi da raggiungere, abbiamo scambiato due parole con lei su questi temi.

Importante: i contenuti dell'intervista valgono come breve riassunto di argomenti molto più ampi che andrebbero comunque approfonditi per essere compresi.

(Trascrizione a cura di Nadia).

Silvia, ciao, potresti dirmi brevemente le caratteristiche di un obiettivo?

Le dico in ordine sparso. L'obiettivo dev'essere espresso nei termini di ciò che desideri e non in ciò che non vuoi.

Esempio: una persona che ha difficoltà a trovare lavoro può dire: "non voglio più essere disoccupato" oppure "devo trovare un'occupazione". La seconda modalità è quella giusta.

Inoltre l'obiettivo dev'essere specifico: la persona deve scegliere quale tipo di occupazione, per esempio nel caso del cabaret potrebbe specificare di volere più spettacoli, insomma avere "l'agenda piena".

Questo è ancora troppo generico. Bisogna arrivare a dire quante serate uno desidera in agenda, tipo "voglio 4 serate a settimana".

Altre caratteristiche di un obiettivo?

Va anche definito nel tempo. L'obiettivo, infatti, va percepito dalla persona come qualcosa di sostenibile da ottenere. Potrebbe quindi essere: "un'agenda con almeno 4 serate a settimana entro un anno". Questo permette di avere una strategia.

Il fatto che l'obiettivo sia percepito come realizzabile e sostenibile è soggettivo, bisogna considerare di poter arrivare a "4 serate a settimana entro un anno".

Quindi bisogna descrivere con specificità estrema cosa si vorrebbe guadagnare e anche come si vorrebbe che andassero queste serate.

Non è un po' troppo da Nostradamus? Non c'è il rischio di definire nel dettaglio cose poco o per nulla preventivabili?

No, in realtà è una questione strategica. La specificità dell'obiettivo è legata al fatto di avere una strategia.

Deve consentirti prima di tutto di chiarire bene cosa vuoi che ti succeda e quindi di realizzarlo prima di tutto nella tua mente, di crederlo possibile e sostenibile (e questo è fondamentale).

L'obiettivo ti deve attrarre, ti deve motivare, quando ci pensi devi sentire un brivido lungo la schiena all'idea che possa realizzarsi. E devi desiderarlo veramente, non perché devi, perché hai delle responsabilità verso altri.

E, nel momento in cui l'hai definito bene, puoi cominciare a lavorarci: se manca un anno alla realizzazione dell'obiettivo devi cambiare il tuo modo di fare da subito. Se vuoi ottenere cose diverse, devi iniziare a fare cose diverse.

Inoltre se tra un anno devi avere 4 serate alla settimana, puoi immaginarti anche come sarebbe: se queste serate sono frutto di una catena di pubbliche relazioni, se hai un agente o più agenti che ti promuovono, se hai qualcuno che ti sostiene, se hai trovato nuovi canali promozionali, se hai implementato, per esempio, la tua comunicazione attraverso un sito, i social network, attraverso la pubblicità...

Se qualcuno ha questi grandi obiettivi ma non sa come realizzarli, si trova davanti come un muro invalicabile e nessun mezzo per arrivarci?

Il prossimo gradino, in effetti, potremmo definirlo "spezzettamento". Se guardando l'obiettivo ti sembra di vedere una montagna troppo alta, devi dividere l'obiettivo in passi, fino ad arrivare ai piccoli passi che devi fare giorno per giorno.

Se l'obiettivo prevede che io abbia 4 serate la settimana, abbia messo in piedi una rete di relazioni efficaci, stia facendo promozione nel modo giusto, allora è importante osservare chi è già bravo, chi ha già un'agenda piena come fa a farlo e come ci è arrivato.

Si scoprirà che comunque per "arrivare" ci vogliono sempre ottime capacità professionali e di relazioni.

Guardare chi ha avuto successo non potrebbe essere fuorviante? Non potrebbero esserci esempi difficili da emulare?

In effetti bisogna guardare a quelli che hanno successo con cui si è più in affinità, in vicinanza, in simbiosi, simpatia. Il successo degli altri non ci piace mai allo stesso modo. C'è un percorso che tu senti più vicino al tuo modo, al tuo carattere, più adatto a te.

E avendo dei passi da compiere, un obiettivo definito, puoi chiederti: sono passati 6 mesi, che cosa è successo? Magari hai un po' meno del risultato finale, del risultato pieno che avverrebbe tra un anno, ma così puoi misurare i tuoi progressi.

Allo stesso modo ti chiedi fin dall'inizio cosa avrai fatto tra un mese, cosa avrai fatto tra una settimana, cosa farai domani e cosa dovrai fare oggi.

Mettiamo il caso di situazioni croniche, che non si sbloccano da anni, nonostante ci si impegni con intensità e determinazione.

È difficile generalizzare, non sapendo quali siano questi casi difficili, quali sia la loro situazione. Bisognerebbe capire cosa succede esattamente a ognuno di loro.

Comunque, per dare un'indicazione di massima, di solito quando ci sono meccanismi del genere, è perché la persona è dentro a un circolo vizioso che non percepisce perché è coinvolta in ciò che gli succede e tende a giustificare quello che fa e non riesce a vedere la "parte che manca".

Come se ne esce?

Come dicevo, trovando qualcuno che possa aiutarlo guardando la situazione da fuori, che abbia un lunga esperienza di casi di successo nell'obiettivo che la persona persegue, e che sia in grado di individuare: ciò che la persona fa e che non dovrebbe fare, e ciò che la persona non fa ma che dovrebbe fare.

E se la persona esterna ha dei preconcetti?

Non avendo una guida univoca e infallibile è meglio chiedere a più persone, anche a persone che affiancano persone di successo e abbiano un'esperienza di lungo corso su quello che queste persone fanno per costruire e mantenere il loro successo e che siano disponibile ad ascoltare un "racconto", ad ascoltare di come qualcuno si sia "inchiodato", frenato, intrappolato in un meccanismo che non funziona.

Così si accolgono più punti di vista esterni che mettano in luce gli aspetti che la persona trascura o non fa o fa di sbagliato senza accorgersene, perché spesso uno è così dentro alle situazioni da non vederle.

E se ci si imbatte nella brutalità di un "lascia perdere"? Può capitare che la persona esperta ti dica "non è per te, è troppi anni che ci sei dentro, dedicati a qualcos'altro"?

Faccio un tipo di lavoro in cui aiuto le persone a raggiungere dei risultati tramite obiettivi. È una formula di consulenza che si chiama COACHING. Mi è capitato un po' di tutto, ho incontrato anche persone che mi hanno raccontato di essere diventati dei campioni sportivi partendo da delle forme di rachitismo o di handicap fisici.

Così succede che le condizioni di partenza non sempre siano determinanti. È ovvio che uno di 2 metri non farà il fantino e uno di un metro e 40 non diventerà un campione di basket, ma allo stesso tempo se non ci sono delle condizioni così vincolanti, molto spesso la determinazione, la forza di volontà, le strategie giuste, le giuste guide, possono portare al raggiungimento degli obiettivi.

Dipende dalla forza di volontà e dal non cadere in un meccanismo gravissimo che è quello di non fare mille tentativi diversi, ma di fare mille volte lo stesso tentativo che non funziona.

Quando uno si accorge che non sta ottenendo risultati, la prima cosa da fare è quella di guardare a cosa sta facendo, per verificare che i suoi non siano i sopraccitati mille tentativi diversi, ma lo stesso tentativo ripetuto magari con abiti diversi.

Può esistere la mancanza di predisposizione?

Nel campo dei comici non esiste nulla che non possa essere imparata, magari non è facile allo stesso modo per tutti. È una cosa che si impara, che può fare chiunque, anche se

ovviamente c'è gente che parte avvantaggiata per predisposizione, studi fatti, ambienti frequentati. Se uno veramente vuole, gli è possibile imparare a far ridere.

Affrontiamo il tema del “mi sono dato un obiettivo sbagliato”. Esempio generico: una donna innamorata di un uomo sposato che non lascerà mai la moglie. Come ci si accorge della necessità di cambiare obiettivo? Oppure l'obiettivo mancato è una sconfitta e basta?

Quelli che noi chiamiamo obiettivi non sono proprio “obiettivi finali”(fine) sono piuttosto “obiettivi intermedi”(mezzo). Sono discorsi che richiederebbero un approfondimento maggiore, comunque L'OBIETTIVO FINE è un obiettivo che ha lo scopo di soddisfare pienamente dei bisogni; L'OBIETTIVO MEZZO è quello che ti consente di raggiungere quello finale.

Per esempio gli obiettivi economici sono sempre mezzi. Non fai mai soldi per ottenere soldi. Fai soldi perché attraverso di loro pensi di ottenere altre cose.

Molto spesso anche gli obiettivi professionali e di relazione sono obiettivi mezzo, che servono a soddisfare i bisogni fondamentali dell'uomo che sono stati classificati da Abraham Maslow e strutturati in una piramide:

Alla base ci sono i bisogni fisiologici: bere, mangiare, respirare, fare l'amore, eccetera, che sono i primi bisogni da soddisfare e che hanno a che fare con la sopravvivenza.

Poi scatta la parte dei bisogni che sono su un piano più emozionale, hanno ancora a che vedere con la sopravvivenza, ma sempre di meno.

Si comincia dalla sicurezza, sicurezza di avere uno stipendio, di essere circondati dalle persone che ci vogliono bene, di sentirci al sicuro con un tetto sulla testa, eccetera.

A salire c'è il sentirsi significativi, applauditi, il piacere agli altri, essere al centro dell'attenzione, avere dimostrazioni del fatto di valere per gli altri.

Più in alto c'è la varietà: spesso facciamo le stesse cose, nello stesso modo, ripetute nel tempo. Così ci spegniamo, perdiamo entusiasmo e non andiamo più avanti.

Poi il bisogno di dare e ricevere amore, sentimentalmente e di legarci con gli altri.

Poi c'è il bisogno di migliorarci. Se per esempio nel lavoro non siamo riusciti a fare carriera, se una persona è sempre nella stessa condizione sentirà il bisogno di crescere, di svilupparsi, di essere migliore di come fosse ieri.

Infine il bisogno di contribuire che ciò che fai sia utile, serva a rendere il mondo un po' migliore.

Questi bisogni non sono optional, sono fondamentali.

Se uno non si sente più utile inizia a morire.

Tutti gli obiettivi che ci poniamo (nell'esempio di un cabarettista avere l'agenda piena con almeno 4 spettacoli a settimana, una buona organizzazione di lavoro, un buon agente, una buona popolarità) sono obiettivi intermedi, che consentono di avere più sicurezza, una migliore relazione col prossimo, eccetera.

Esempio di “strada sbagliata”?

Quello che hai fatto prima: una innamorata di un uomo che non la vuole, che ha dei figli, che non lascerà mai la moglie.

Quello che la persona desidera non è in realtà la storia d'amore con quella persona, l'amore presuppone altre basi, bisogna fare un “gioco di squadra”. La persona pensa in modo sbagliato di raggiungere i suoi obiettivi, ma ci sono altre strade che non sta considerando e ciò le impedisce di uscire da quella situazione.

Mettiamo che ci sia chi raggiunge alcuni “obiettivi mezzo” (tipo tante serate, tanti soldi) ma continua a stare male.

Può essere. Se per esempio il bisogno fondamentale che la persona cerca di soddisfare è “dare e ricevere amore”, lei sceglierà come strada magari quella del successo, pensando che ciò la porterà ad essere amata. Generalmente le persone non si rendono conto di avere queste convinzioni.

Una convinzione spesso indotta dai genitori (in buona fede) è che sei bravo meriti l'amore, se non sei bravo no. In realtà l'amore non c'entra molto con l'essere bravo e se uno cerca di ottenerlo attraverso la bravura sarà comunque frustrato.

Quando una persona è molto coinvolta in ciò che fa, di solito non si rende conto di queste situazioni irrisolte.

Prima parlavi di gioco di squadra. Se in un ambiente non c'è gioco di squadra, nessuno ti aiuta, cercano di sfruttarti, ognuno va per conto suo a danno degli altri, com'è possibile riuscire ad avere successo?

Anche in questi ambienti altamente competitivi c'è sempre la possibilità di trovare degli alleati. Bisogna individuare con chi: ci saranno sempre persone disposte a costruire alleanze.

La rete di alleanza e di comunicazione è fondamentale, chi riesce a costruirla meglio ha più punti rispetto agli altri.

Raggiungere l'eccellenza nella propria professione e sapersi vendere, la chiave e tutta lì.

Può essere che a uno piaccia fare l'outsider, gli piaccia stare ai margini?

Chi è bravo sa comunicare anche questo. Egli farà una comunicazione efficace del suo essere outsider, marginale, maledetto.

Siamo animali sociali e in tutti gli aspetti della vita abbiamo un grandissimo bisogno di collegarci con gli altri.

Separati dagli altri stiamo male.

Fine dell'intervista. Grazie per la disponibilità.

Grazie, un saluto agli amici del blog.