

*“Le persone che dicono solo quello che pensano veramente,  
credono che tutti facciano come loro”*  
**(Khaled Hosseini)**

## **DECALOGO DEL BENESSERE**

### **1) Da *unicità a pluralità e ritorno***

Riconoscere la propria diversità e ritrovarla nelle persone che frequentiamo abitualmente, accettarla in se stessi per accettarla negli altri. Una metafora che illustra il concetto è quella del “tavolo negoziale” (ideale o reale), dove ognuno di noi ricopre, a titolo di esempio, il ruolo del coordinatore del tavolo. Abbiamo il diritto e il dovere di far parlare e di prestare ascolto a ogni nostra componente personale, così come avverrebbe in una negoziazione reale. Tutto ciò facilita per esempio il benessere individuale all’interno dei luoghi di lavoro, segnalato dal non percepire se stessi “troppo diversi” da quando si è fuori dai luoghi di lavoro.

### **2) Da *amici-nemici falsi ad amici-nemici veri***

Intendiamo come *vero amico* una persona che, collaborando, ci aiuta nei momenti di necessità; *vero nemico* un soggetto che, in competizione, ci avanza delle critiche costruttive (ovvero sostiene “cosa farebbe lui al nostro posto”); come *falso amico* un individuo che ci aiuta solo apparentemente (per esempio un manipolatore); il *falso nemico* ha invece una pluralità di interpretazioni: a) persona che avanza critiche distruttive (ovvero non sostiene “cosa farebbe lui al nostro posto”); b) “capro espiatorio” all’interno di un gruppo; c) “alibi” personali per evitare il cambiamento o il coinvolgimento in attività.

### **3) Da *negoziazione a somma zero a negoziazione a somma variabile***

La prima significa ragionare e negoziare secondo una strategia meramente competitiva del tipo “vinco io, perdi tu”, oppure con il presupposto che “se non posso vincere io farò perdere anche te”. Nella seconda la strategia è cooperativo-competitiva per “vincere insieme”, e anche se in definitiva ci sarà un vincitore, l’avversario avrà comunque ottenuto un risultato. La negoziazione condotta *a somma zero* porta a negare l’importanza degli obiettivi dell’avversario; nella negoziazione condotta *a somma variabile*, gli obiettivi di entrambi i contendenti sono considerati reciprocamente importanti e occorre collaborare per ottenere ognuno il massimo possibile.

### **4) Da *funzionale o gratuito a funzionale e gratuito***

La contrapposizione può essere solo apparentemente spiegata secondo i termini “serve/non serve”. Tra gli aspetti funzionali possiamo collocare “il lavorare per guadagnare”, mentre tra gli aspetti gratuiti inseriamo “il lavorare per piacere”, senza un fine economico (per esempio il volontariato), ma per motivi differenti che in ultima analisi hanno comunque un’utilità per se stessi e gli altri. Gli aspetti gratuiti possono essere ritrovati anche nel concetto di “pausa” e “stacco” dal lavoro funzionale (per esempio la pausa caffè). Ciò che si vuole sostenere, è l’importanza di entrambe le componenti per il benessere del soggetto all’interno di un’attività e nel complesso della sua vita quotidiana.

*Funzionale* coinvolge il “valore d’uso” e il “valore di scambio”. Il primo risponde alla domanda “a cosa mi serve”, il secondo a “cosa posso ottenere in cambio”. *Gratuito* coinvolge il “valore simbolico” e il “valore effimero”. Il primo risponde alla domanda “cosa rappresenta per me”, il secondo a “quanto è di moda”.

**5) Da maggioranza passiva a minoranza attiva**

Si riferiscono al fatto che i cambiamenti, in particolare all'interno di un'organizzazione, passano inizialmente e inevitabilmente attraverso una *minoranza attiva*, coerente, "che ci crede" e "vuole capire", proponendo spesso "soluzioni creative" (quindi non conformiste come fa invece la *maggioranza passiva*) alle problematiche organizzative. La categoria può essere estesa anche agli atteggiamenti personali: il benessere del soggetto si correla anche con un efficace connubio tra atteggiamenti di *minoranza* e *maggioranza*, ossia non conformisti, per questioni di suo maggior interesse; conformisti per questioni di suo minor interesse, restando così in un'"area di comfort" immediatamente accettata senza riflettere. I comportamenti da *maggioranza passiva* sono spesso imitativi, largamente condizionati dalla fonte di informazione e poco approfonditi nei contenuti; in ampia misura influenzabili dalle emozioni, dunque instabili, sottoposti a facile manipolazione dall'esterno.

**6) Da servire qualcuno a servire a qualcuno**

Nel primo concetto il servizio è considerato in senso quantitativo: servire il maggior numero di clienti possibile, mentre le loro caratteristiche specifiche sono in subordine; nel secondo concetto il servizio è inteso in senso qualitativo: le caratteristiche (i *bisogni* e i *desideri*) del cliente sono prioritarie.

**7) Da minaccia di malessere a promessa di benessere**

Nelle relazioni interpersonali (in particolare in quelle gerarchiche), si utilizza la prima modalità comunicativa, in termini negativi, per ottenere un risultato immediato: "Se non farai così, se non raggiungerai l'obiettivo, sarai punito"; la seconda, in positivo, per conseguire un risultato a medio-lungo termine: "Se farai così, se raggiungerai l'obiettivo, sarai premiato".

**8) Da obiettivi di breve e/o lungo periodo a obiettivi di medio periodo**

Oltre a una distinzione cronologica, occorre tener conto che gli obiettivi più importanti e anche più motivanti sono quelli che il soggetto considera di *medio periodo*, ovvero percepibili e raggiungibili con un impegno né troppo facile, né eccessivo.

Prendendo ad esempio il percorso di studio universitario, le scadenze intermedie, gli *obiettivi di medio periodo*, sono i singoli esami, che permettono di valutare *in itinere* la qualità del processo di crescita dello studente; l'*obiettivo di lungo periodo* è conseguire la laurea; l'*obiettivo di breve periodo* può essere come ci si organizza oggi oppure durante la settimana in corso (studio, lavoro, mi diverto?). Porsi solo obiettivi di *breve periodo* indica un minor impegno e una più bassa motivazione; porsi solo obiettivi di *lungo periodo*, senza cadenzare il processo, può provocare l'abbandono reiterato degli obiettivi.

**9) Da questioni *urgenti* a questioni *importanti***

La qualità del lavoro e la gestione del proprio tempo lavorativo ed extralavorativo si possono valutare anche dalla capacità di distinguere le *questioni importanti* da quelle *urgenti*. Trasformare tutto in “urgenze”, “inseguendo” le scadenze, segnala, tra l’altro, un’organizzazione critica, con *obiettivi* solo di *breve periodo* e accumulo di stress.

**10) Da *bisogni* a *desideri***

Ragionare nell’ottica dei *bisogni* significa “colmare” mancanza (andare “da meno a zero”) e malessere: i *bisogni* sono oggettivi e non responsabilizzano il soggetto; ragionare nell’ottica dei *desideri* vuole dire migliorarsi (andare “da zero a più”), abbondanza e benessere: i *desideri* sono soggettivi e responsabilizzano il soggetto.

-----