

Rudy Bandiera

LE 42 LEGGI UNIVERSALI DEL DIGITAL CARISMA

Prefazione di *Elisa D'Ospina*



WEBBOOK
#saggitudine

LA FUSIONE TRA VITA DIGITALE E REALE È IL FUTURO DELLA COMUNICAZIONE



CAMBIARE CAPPELLO SIGNIFICA CAMBIARE
IDEE, AVERE UN'ALTRA VISIONE DEL MONDO.

C.G. Jung

Dario Flaccovio Editore

Rudy Bandiera

LE 42 LEGGI UNIVERSALI DEL DIGITAL CARISMA

Prefazione di *Elisa D'Ospina*



Rudy Bandiera

LE 42 LEGGI UNIVERSALI DEL DIGITAL CARISMA

ISBN 978-88-579-0455-9

© 2015 by Dario Flaccovio Editore s.r.l. - tel. 0916700686
www.darioflaccovio.it info@darioflaccovio.it

Prima edizione: maggio 2015

Bandiera, Rudy <1973->

Le 42 leggi universali del digital carisma / Rudy Bandiera ; prefazione di
Elisa D'Ospina. -

Palermo : D. Flaccovio, 2015.

ISBN 978-88-579-0455-9

1. Relazioni pubbliche – Impiego [del] World wide web.

659.02854678 CDD-22

SBN PAL0279901

CIP - Biblioteca centrale della Regione siciliana "Alberto Bombace"

Stampa: Tipografia Priulla, Palermo, maggio 2015



webintesta.it



Copertina: Illustrazione realizzata da Goran Factory

Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici.

L'editore dichiara la propria disponibilità ad adempiere agli obblighi di legge nei confronti degli aventi diritto sulle opere riprodotte.

La fotocopiatura dei libri è un reato.

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dall'editore.

RINGRAZIAMENTI

Nel libro precedente ho scritto più ringraziamenti che capitoli, quindi in questo mi vorrei lasciare andare a un “saluto tutti quelli che mi conoscono” o a un “ciao mamma” ma in realtà provo ad articolare qualcosa, stavolta di brevissimo giuro.

Grazie alle persone che ho citato in questo libro perché in un modo o nell'altro sono state pietre miliari del mio percorso: Michela Calculli, Anita Cancelliere, Marianna Peracchi, Gaetano Morelli, Sara Moraca e il mio amico Lampo. Grazie a Natascia che, oltre ad essere citata, sarà la vecchietta al mio fianco, un giorno.

Grazie a tutti quelli che hanno parlato di me e con me, che mi hanno attaccato, amato, odiato e che mi hanno fatto pensare, discutere e guardarmi dentro.

INDICE

<i>Prefazione di Elisa D'Ospina</i>	Pag.	9
<i>Introduzione</i>	«	11
1. Il carisma si ripercuote in ogni angolo della tua vita	«	19
2. Esercitare influenza negli altri, non sugli altri	«	23
3. Non sentirsi l'altro ma diventare l'altro	«	25
4. Nessuna economia di pensiero	«	29
5. Non dobbiamo volere le cose con forza ma saperle raggiungere	«	33
6. Siamo noi a decidere i nostri pensieri, positivi o negativi	«	37
7. Il successo è un tuo successo: cancella i sensi di colpa	«	41
8. Il mezzo è il contenuto	«	45
9. Ogni momento risulta più incisivo e importante se stai bene	«	49
10. I paragoni con variabili mancanti fanno evaporare le energie e portano a risultati falsati	«	53
11. Scegli chi ascoltare, quando, come e soprattutto perché	«	57
12. Scatenare le endorfine nel cervello delle altre persone	«	63
13. Fare sentire gli altri importanti, mai sminuirli	«	67
14. Il vincere sempre, a tutti i costi, non è essere vincenti ma arroganti	«	71
15. Parla di te e con gli altri, non degli altri	«	75
16. Converti una divergenza trovando sempre punti di convergenza	«	79
17. Non intrecciare delle trame parlando con tutti di tutti	«	83
18. Lucido e concentrato su chi hai di fronte	«	87
19. Imparare a dire no	«	89
20. Non devi interrompere gli altri, accompagnarli	«	93

21. Non devi calpestare B per andare dal punto A al punto C.....	Pag. 95
22. Dobbiamo discriminare per non soccombere alle provocazioni o ai troll	« 99
23. Matura la sicurezza dei tuoi pensieri e delle tue azioni	« 105
24. Non si tratta di dress code ma di personalità.....	« 109
25. Essere indipendente ed essere in grado di pensare in maniera laterale, diversa e libera.....	« 113
26. Dona, ricevi e sdebitati	« 117
27. Gli uomini di merito hanno sempre maniere semplici	« 121
28. Se c'è un rimedio, perché disperarsi? E se non c'è un rimedio, perché tormentarsi?.....	« 123
29. La normalità non è il male, la normalità è straordinaria	« 127
30. Non è necessario essere straordinari per fare cose straordinarie	« 131
31. L'invidia non è un motore ma un freno, sempre, e non fa stare meglio, mai.....	« 137
32. Evita il risentimento, non genera solo irritazione ma anche frustrazione e rabbia.....	« 143
33. Non sei obbligato a partecipare a tutte le discussioni.....	« 145
34. Non cedere alla collera, mai	« 149
35. Le reazioni sono importanti quanto le azioni cui si riferiscono	« 153
36. Hai una responsabilità, verso tutti	« 155
37. La cosa migliore che puoi fare è essere felice	« 157
38. Fa' la cosa giusta. Sempre	« 159
39. Guarda prima di tutto te stesso	« 161
40. Il fare è l'unica strada verso successo e felicità.....	« 163
41. Dobbiamo essere disponibili, non a disposizione.....	« 167
42. La #saggitudine è alla base di tutto	« 171
Biografia	« 175

PREFAZIONE

di Elisa D'Ospina

Beati coloro che han potuto vivere una vita sola. Eh sì, perché con l'avvento dei social network tutti noi viviamo inconsapevolmente due vite: quella reale e quella social. Molto spesso combaciano, altre volte, purtroppo, no. È qui il vero errore della generazione 2.0 sempre alla ricerca dei like o dell'esser "social brillante". Spesso il gap tra la vita reale e quella virtuale è così ampio che risulta difficile riconoscere quale sia la vera personalità dell'individuo che stiamo seguendo. Parlando di carisma in questo libro sicuramente dovremmo far pace con noi stessi e trovare una via comune tra quello che siamo e quello che comunichiamo nei nostri social. Abbiamo bisogno di COERENZA. Non è semplice, ma è fondamentale. Il carismatico è coerente dentro e fuori dal web. Per essere un *thought leader* (leader di pensiero) devi rischiare: devi offrire contenuti autentici e originali, essere credibile. Ti devi distinguere dagli altri, essere unico nel tuo genere. Non basterà fare copia e incolla di quello che trovi qua e là nel web, ricordati sempre che la gente che ti legge, stupida non è. Si accorgerà prima o poi del tuo trick e presto ti volterà le spalle, perché non c'è cosa peggiore dell'essere presi in giro. Avere fame di conoscenza farà di noi persone interessanti. Essere dei lettori voraci, attenti, curiosi permetterà di introdurre nuove nozioni che a nostra volta, con il nostro stile potremmo divulgare. Ognuno di noi ha uno stile di comunicazione che contraddistingue: chi è prolisso, chi è breve, chi è pungente, chi è ironico, eccetera. Queste sfumature della personalità sono quelle

che attirano il nostro pubblico e che nel tempo lo fidelizza. Secondo Weber il carismatico è colui che attraverso i suoi poteri sarebbe capace di creare consenso, fiducia o addirittura fede nei suoi adepti dando così via al cosiddetto *culto del capo*. Siamo proprio sicuri di aver bisogno di un capo? Credo che nell'epoca social ciò che vuole la gente è avere dei punti di riferimento ai quali chiedere nozioni, condividere notizie, porre fiducia. Il vero comunicatore oggi non deve solo *comunicare bene* rendendoci partecipi di un contenuto, ma deve essere capace di *persuadere* smuovendo un atteggiamento o facendoci compiere un'azione. CONDIVIDERE è un grande atto di generosità. Chi è carismatico sa bene come dosare le informazioni e sa quando rilasciarle. La sua continuità e la sua *condivisione coerente* e argomentata di un determinato argomento fa di lui un personaggio che si contraddistingue, che ci invoglia a seguirlo. Non è facile mettere insieme tutto questo ed è per questo che semplice non è ad essere una persona carismatica. Ci vuole coraggio. Quello che contraddistingue le persone è il coraggio che ci mettono nel perseguire le proprie idee. Competenza e pathos sono ingredienti che non dovrebbero mai mancare nella personalità carismatica, assieme a seduzione e benevolenza. Il carismatico è colui che trova le soluzioni ai bisogni altrui. È la via di fuga che cerchiamo quando non sappiamo rifugiarci, quando abbiamo bisogno di colmare lacune, quando vogliamo semplicemente avere punti di vista differenti su uno stesso argomento. Essere carismatici è difficile anche perché in campo bisogna mettere tutto il nostro essere. L'apparire verrà in secondo piano, perché se credi che l'apparenza possa offuscare il tuo essere, in questo campo, rimarrai deluso. Le persone chiedono costanza, presenza, coerenza, condivisione. Non ci si può improvvisare. Ora ti aspetta questo libro dove il buon Rudy saprà darti delle piccole nozioni per far sì che la tua personalità possa accrescere e con il tempo, se saprai farne tesoro, diventare un buon carismatico digitale.

Buona lettura!



INTRODUZIONE

Se pensi di leggere questo libro e diventare il più fico del quartiere, scordatelo. Se pensi che dopo la lettura di questo libro sarai un dio, scordatelo. Se pensi che chi ha scritto questo libro sia un guru, scordatelo.

Adesso non è che devi smettere di leggere e andare al parco, perché quello che troverai in queste pagine ti potrebbe tornare utile, ma ricorda sempre che non è la Bibbia in cui poter leggere degli assoluti da seguire, e non è nemmeno un manuale di “come costruire una radio per auto”: è un percorso nato da alcune esperienze personali e dalle riflessioni che ne sono scaturite, che ti possono aiutare ad avere degli atteggiamenti diversi, forse migliori e in ogni caso che ti facciano stare meglio. Ecco sì, a stare meglio soprattutto. Ma come faccio io, Rudy Bandiera, uno che di mestiere usa i social e accompagna le aziende e le persone nella loro presenza online, a scrivere di carisma? Semplice, è proprio perché accompagno le aziende e le persone nella loro presenza online che ho capito molti meccanismi di quella che a volte chiamiamo personalità e che spesso identifichiamo con il termine *carisma*.

Quindi questo non vuol dire che lo scrivente ne sia dotato ma lo scrivente ci ha riflettuto, evidentemente, ed ha abbastanza casi ed esperienze sotto agli occhi da poter etichettare alcuni atteggiamenti e consigliarne altri.

NON È CHE CHI SCRIVE DI CALCIO
DEBBA ESSERE UN CALCIATORE O CHI SCRIVE DI SOLE
DEBBA ESSERE UN ASTRONAUTA.



Grazie al mio lavoro ho parlato, comunicato e mi sono scritto con migliaia e migliaia di persone (ricevo circa 250/300 email al giorno, tutti i giorni, senza parlare di social e delle innumerevoli lezioni in tutto il Bel Paese) e ho pensato che questa esperienza potrebbe essere messa a frutto semplicemente cercando di identificare degli atteggiamenti e dei comportamenti che mi hanno colpito o che ho notato funzionare oppure no.

Ma non mi voglio limitare a questo: quello che voglio fare è una disamina su quelli che possono essere gli **atteggiamenti carismatici partendo, appunto, dall'analizzare il carisma**. Spessissimo infatti si confondono l'arroganza, la personalità, la forza di carattere con il carisma, ma non sempre queste cose albergano nella stessa persona tutte insieme.

Il motivo della declinazione *digital* è semplicissimo: io sono un uomo del digitale, da sempre, e nel digitale ho trovato la mia dimensione. Quindi nel digitale voglio continuare a lavorare e a vivere. Ma siccome il carisma è di fatto una questione comportamentale, penso che si possano

UNIRE E FONDERE LA VITA REALE CON QUELLA DI BIT
PER AVERE LE DUE FACCE DELLA STESSA MEDAGLIA...
SULLA STESSA FACCIA.



Stiamo parlando di una sorta di esperimento mai tentato prima ovvero il parlare di carisma in un ambiente in cui potenzialmente potrebbe non essere decifrabile il carisma stesso: il digitale, un ambiente assente da fisicità. Cerchiamo le chiavi per declinare quello che avviene nella real life sulla *digital life*.

Vivisezioneremo il carisma per capire di cosa è composto, cercheremo di cambiare il nostro modo di pensare per essere *consapevolmente carismatici*, etichetteremo degli atteggiamenti e ne violeremo l'intima anima (nessuna anima verrà maltrattata in questo libro) per poi rivolgere l'occhio verso noi stessi, per capirci e per migliorarci: dove possibile porterò degli **esempi concreti**, cose che mi sono successe o alle quali ho indirettamente assistito, per rendere più pragmatica questa *guida al carisma digitale* attraverso esperienze vissute.

È importante capire che molte delle situazioni che leggerai o delle percezioni che avrai possono essere corrette e in linea sia con la Vita Reale che con la Vita Digitale ma questo è DEL TUTTO NORMALE visto che ormai le tue cose sono unite e fuse assieme.

Non sono un santone, un profeta, un coach o un esperto di PNL: sono uno che parla con tante persone, incontra quotidianamente svariate realtà, ci ragiona su e ne trae delle conclusioni.

Se questo è un valore, e credo lo sia, te ne voglio rendere partecipe in pieno motto *condivide et impera*.

A chi mi rivolgo

Questa volta lo posso proprio dire: mi rivolgo a tutti.

Nel mio libro precedente *Rischi e opportunità del Web 3.0* sono stato costretto a scegliere, anche se la scelta non mi è costata fatica: linguaggio tecnico o *popolare*?

Parlare alla gente o parlare a quelli che fanno il mio mestiere? Siccome penso, ed è il fine del libro, che la consapevolezza dei rischi e delle opportunità del futuro sia la chiave per vivere un futuro migliore, ho voluto parlare con tutti.

Quello era il libro che avrei sempre VOLUTO scrivere, una vision sui prossimi anni, sulle tecnologie e sui cambiamenti che ci riguardano,

QUESTO INVECE È IL LIBRO
CHE AVREI SEMPRE DOVUTO SCRIVERE.



A cosa serve migliorare noi stessi e cambiare e autodisciplinarsi se poi gli altri non sono in grado di godere a loro volta del miglioramento che stiamo facendo?

Ma soprattutto, a cosa serve essere migliori in un mondo in cui tutti sono gretti o volgari o *brutti*? A nulla.

Sarebbe come avere una Mercedes ma essere in un Paese senza le strade... non ce ne faremmo nulla.

Quindi ho pensato, come si dice nei film, di *restituire qualcosa*. **Se io ho imparato dagli altri, da tutti gli altri, forse posso girare l'obiettivo verso il mondo**, per cercare di fare sì che ci si regoli tutti per migliorare insieme, aumentando di fatto la qualità della vita della collettività.

Insomma

CONDIVIDE ET IMPERA È IL MIO MOTTO DA SEMPRE.
NELLA CONDIVISIONE C'È SEMPRE ARRICCHIMENTO.



Quindi mi rivolgo a tutte quelle persone che utilizzano il Web in maniera piuttosto intensiva o che hanno una vita sociale (lavorativa) intensa e complessa, specie su Internet. Per capirci, questo libro è indirizzato a tutti, e per tutti intendo TUTTI. E perché, visto che si parla di digital? Cosa potrebbe sapere o volere di digital un idraulico? Il punto è proprio questo, ovvero che qua non si tratta solo di digital ma di regole declinate nel mondo di bit ma che hanno valore ASSOLUTO nel mondo reale.

Quello che leggiamo va bene per entrambi i mondi perché entrambi i mondi oggi sono fusi.

Quante volte ti è capitato di parlare con qualcuno e dire “quello è proprio fico” senza sapere bene il perché, così come quante volte ti è successo di parlare con qualcuno che ti sta antipatico a pelle ovvero senza precedenti contatti? Ecco, cercheremo di analizzare e capire queste dinamiche per fare in modo che nella vita reale e in quella digitale quello *antipatico a pelle* non sia tu.

Vita reale e vita digitale (VR e VD)

La vita di ognuno di noi, tutti i giorni, ormai si divide in due: vita reale (VR) e vita digitale (VD).

Ma di cosa stiamo parlando, di due cose separate?

Stiamo parlando del famoso popolo della Rete del quale si parla ancora nei TG meno sgamati? No, stiamo parlando della stessa faccia della stessa medaglia, o meglio stiamo parlando di due parti liquide miscelate insieme nella stessa bottiglia.

Immagina due liquidi, uno blu e uno bianco, stessa densità e peso, gettati insieme un'unica bottiglia: all'inizio saranno ovviamente separati e riuscirai a distinguerli ma poi si mescoleranno insieme in modo del tutto indistinguibile.

Ecco VR e VD sono esattamente questi due liquidi, nascono in modo diverso e da realtà diverse ma si fondono, dando l'uno all'altro delle caratteristiche nuove.

Ognuno di noi ha una vita digitale più o meno intensa ma ognuno di noi vive i nuovi Media, e se stai leggendo questo libro è certamente così. Usi Facebook, posta elettronica, smartphone e mille altre diavolerie, di sicuro. Forse pensi che siano cose separate *dalla vita* ma se ci pensi non lo sono per nulla: se leggi cosa fanno i tuoi amici su Facebook, leggi delle loro vite, di dove sono andati, dei loro conoscenti,

delle loro esperienze, dei loro pensieri. Leggi di cose estremamente tangibili, vere, reali.

LEGGI DELLA VITA REALE ANCHE SE LO FAI
NELLA VITA DIGITALE QUINDI, IN PRATICA,
LE DUE VITE SONO FUSE INSIEME.



A tal proposito ci sono un paio di considerazioni che mi sento di fare, prima di entrare nel vivo dell'argomento dal prossimo capitolo.

MOLTI PENSANO O HANNO SCRITTO CHE IL CARISMA
SIA QUALCOSA CHE PUÒ ESSERE PERCEPITO E TRASMESSO
SOLO "IN PRESENZA" OVVERO ESSENDO FACCIA A FACCIA,
O COMUNQUE FISICAMENTE PRESENTI.
IO SONO CONVINTO CHE QUESTO NON SIA DEL TUTTO VERO.



Anche se essendo di fronte a una persona il linguaggio del corpo ci dice moltissime cose in più rispetto a quelle che si percepirebbero, per fare un esempio, in una call via Skype, è anche vero che ci sono moltissimi segnali che possono essere dati (o colti) anche attraverso la VD.

Ma non solo. **Il carisma può essere, a mio modo di vedere, anche generato, trasmesso e veicolato attraverso la parola scritta**, quindi se pensi che questo libro non ti serva perché non hai la necessità del contatto con le persone, hai torto. E, in questo caso, hai anche un altro problema bello grosso di sociopatia, ma questa è un'altra storia.

In ogni caso non è tutto qua.

Il terzo teorema di Rudy Bandiera, del quale vado fierissimo, sostiene questo: qualunque tipo di promozione basato su eventi che fondono la *real life* con la *digital life* è il modello dell'advertising di domani: la fusione *digital-real-life* è

la pubblicità del futuro. Di certo non cliccheremo su dei banner e dei link per sempre.¹

Cosa significa? Significa che se facciamo una qualunque attività SOLO basata sull'online questa attività è destinata a fallire, o almeno a non avere il successo che potenzialmente avrebbe potuto avere.

Se facciamo le cose solo online, viene meno la teoria dei due liquidi e viene meno l'opportunità di trovare persone che solo su *un canale* non potremmo trovare.

Quindi, in definitiva, il carisma serve online e offline, può essere utilizzato nella VR e nella VD e può anche essere trasmesso attraverso un sacco di cose, social network compresi.

Le pagine future verranno **suddivise in 42 Leggi universali** che ti permetteranno di muoverti all'interno non solo del libro ma delle situazioni che ti accadranno nella vita: ogni Legge pone una condizione/situazione diversa. Perché 42? Per diverse ragioni che, molti di voi, certamente individueranno.

Quindi abbandona il pensiero delle parole magiche e delle pozioni, tirati su le maniche e prepara del fosforo per il cervello e del caffè, che qua si va ad imparare!

¹ fonte: rudybandiera.com/regole-social-media-0709.html

IL CARISMA SI RIPERCUOTE IN OGNI ANGOLO DELLA TUA VITA

Se pensiamo alla storia nella sua accezione meno tecnica e più umanizzata, ci vengono di sicuro in mente delle immagini, delle figure retoriche. Probabilmente delle immagini di battaglie, di spade, di campi e di cavalli, ma quello che certamente a tutti noi viene in mente sono delle figure di uomini, le immagini di persone.

Mentre queste proiezioni sono relativamente scomposte e appannate in riferimento alla massa, riusciamo a distinguere alcune forme in modo preciso e nitido: questi sono i condottieri, i generali, gli uomini che in qualche modo hanno cambiato la storia.

Pensa per esempio a Giulio Cesare: pur essendo passati oltre 2000 anni dalla sua scomparsa è ancora uno dei personaggi storici più influenti e che maggiormente ha plasmato il mondo in cui viviamo.

GIULIO CESARE HA GETTATO LE BASI E HA IN PARTE DECISO
QUELLO CHE SAREMMO STATI OGGI, 2000 ANNI FA.

Ovviamente i grandi uomini non sono solo militari o guerrieri, ci mancherebbe.

Pensa per esempio a Gandhi. Un uomo solo in un Paese di un miliardo di individui, britannico che, senza armi e

con la sola resistenza passiva, riuscì a portare l'India all'indipendenza. Si direbbe impossibile ma ci è riuscito.

Ma come hanno fatto queste persone a raggiungere risultati di questo spessore? Come ha fatto Richard Branson, fondatore della Virgin, che soffre di dislessia, a diventare uno dei sette uomini più ricchi del Regno Unito? Come ha fatto Steve Jobs a passare dalle stalle (il garage di casa) alle stelle?

LA "TEORIA DEL GRANDE UOMO" TENTA DI MOTIVARE E
SVOLGERE LA STORIA COME UN EFFETTO DEI COSIDDETTI
GRANDI UOMINI APPUNTO



ovviamente a livello storico e non locale: il poliziotto che salva il ragazzino dalle acque è certamente un grande uomo ma non rientra nella categoria di questi *grandi uomini*, per capirci.

La teoria (ed in quanto tale poggiata su basi piuttosto fragili) parla di individui di enorme autorevolezza che, grazie ad alcune loro caratteristiche, sono stati in grado di lasciare una impronta univoca ed indelebile nella storia e di conseguenza nella vita di tutti noi.

Ma l'autorevolezza la si raggiunge con una posizione adeguata e quindi quello che ci dobbiamo chiedere è: come vi si arriva? In certi campi con lo studio, in altri con l'allenamento e in altri ancora anche con il solo carisma.

Ma a differenza di molte altre qualità il carisma aiuta in ogni situazione della vita. Se pensiamo per esempio a un centometrista e alla sua peculiarità di correre molto veloce, facciamo fatica a intuire come questa qualità lo possa aiutare nella vita di tutti i giorni, se non forse per inseguire dei ladri o per essere un borseggiatore egli stesso.

Allo stesso modo se so *dividere l'atomo*, nella vita "normale" non mi serve a nulla se non probabilmente a broccolare alle conferenze di fisica, il che è bellissimo ma non necessariamente utile, non fuori dal sabato sera, ecco.

Al contrario, se sei carismatico, la cosa si ripercuote in ogni lato della tua vita e in ogni situazione alla quale tu possa andare incontro.

Quindi in pratica, analizzando questa teoria del grande uomo in modo distaccato e puramente antropologico, quello che serve per il raggiungimento di alcune posizioni è il carisma, OK, ma adesso quindi la domanda nasce spontanea.

Che cos'è il carisma? Da cosa è composto? Lo possiamo assimilare o è innato? Funziona solo nella VR o è possibile *trasmetterlo* anche attraverso la Rete, nella vita di tutti i giorni? Attraverso cosa fluisce? In quale forma? Come lo riconosco? Come lo potenzio?

ESERCITARE INFLUENZA NEGLI ALTRI, NON SUGLI ALTRI

Abbiamo visto nel capitolo precedente che in base alla *Teoria del grande uomo* la storia, tutta la storia, sarebbe un sottoprodotto delle azioni di uomini con doti strabilianti e un carisma straordinario, di uomini che grazie alla loro *forza* sono riusciti a raggiungere vette e risultati e traguardi incredibili.

Lasciando perdere quelli che pensano che dietro a tutto questo, a queste persone e a questi eventi storici, ci siano massoneria, scie chimiche, Rettigliani e Illuminati, da parte mia francamente credo che la *Teoria del grande uomo* sia sballata, o quantomeno sopravvaluti gli individui a discapito **delle masse che, quelle sì, quando si muovono cambiano la storia.**

Ma il punto fermo è che i grandi uomini sono esistiti ed esistono e tutti sono accomunati da una cosa: hanno carisma. Quindi il primo esercizio che faremo è cercare di capirne gli ingredienti.

IL CARISMA È LA CAPACITÀ DI ESERCITARE UNA GRANDE
INFLUENZA NEGLI ALTRI. NON SUGLI ALTRI.
NON SI TRATTA DI PREVARICAZIONE.

Fai attenzione a non confondere le cose.

L'individuo carismatico ha la possibilità di convincere gli altri a fare qualcosa che ambisce ma che non necessariamente era tra le ambizioni degli altri.

Qui riconosciamo il fascino oscuro del carisma: chi compie un'azione richiesta/motivata da una persona carismatica, la fa volentieri, per propria decisione, per libero arbitrio. Influenzato ma libero di agire.

IL CARISMA NON È INCUTERE TIMORE NELLE PERSONE.



Tutt'altro. Metti le persone nella condizione di decidere da sole ciò che tu, individuo dal grande carisma, presumi si debba decidere.

È UN POTERE DEVASTANTE, INCREDIBILE, POTENZIALMENTE TRASCENDENTE NEL FANATISMO O NELLA MITIZZAZIONE.



Ovviamente il carisma, e questo per fortuna, necessita di una non mediocre forma di intelligenza, e quindi questo ci mette al sicuro da alcune dozzinali forme di sopruso, ciononostante l'intelligenza non sempre è legata alla sanità mentale o all'equilibrio interiore o a dei sani principi e valori morali. Guarda Hitler, per capirci.

Quindi il carisma è una grande forza, sì, ma anche una enorme responsabilità.

Dalla mia esperienza, in particolare online, mi sono fatto l'idea che il carisma sia composto da quattro componenti: **empatia, creatività, sicurezza, forza di volontà.**

NON SENTIRSI L'ALTRO MA DIVENTARE L'ALTRO

La parola carisma deriva dal greco e significa *dono* quindi, verrebbe da pensare, non è assimilabile o mutabile o costruibile.

Credo sia in gran parte vero: **esistono persone che nascono con un talento piuttosto che un altro**, per esempio Picasso di certo aveva il dono della pittura come Mozart quello della composizione musicale, e sono forme di talento innato.

Se questo è vero è anche verissimo che con l'allenamento, la forza di volontà e la voglia, il tutto tenuto insieme dal collante della passione, si possono fare cose che hanno dello stupefacente, quindi

SE NASCO PITTORE NON GENIALE COME PICASSO
NON SARÒ MAI PICASSO MA NULLA MI VIETERÀ
DI DIVENTARE UN OTTIMO PITTORE.

Il dono del carisma è qualcosa di ben diverso per i motivi che abbiamo detto in precedenza, ovvero l'essere carismatici non esclude il fatto di poter essere anche dei bravi pittori o musicisti o scrittori o sportivi o scienziati.

Il carisma è un quid che aggiungiamo a ciò che già siamo o che sappiamo fare.

Il primo ingrediente, e personalmente quello che preferisco, nella composizione del carisma, è certamente **l'empatia**.

L'empatia è quella prodigiosa capacità di capire, assimilare e rendere propri, gli stati d'animo degli altri, che si tratti di amore, odio, dolore o gioia.

L'empatia non è la banalizzazione che a volte costruiamo nella nostra testa di "mettersi nei panni dell'altro" ma è molto di più: **sentire quello che sente l'altro** e vedere con i suoi occhi, così come essere in grado di capire i pensieri altrui in modo completo e assoluto, percependone gli stati d'animo.

EMPATIA È DI FATTO ESSERE L'ALTRO.



Ovviamente non possiamo fisicamente essere all'interno di altre persone, no, non sto parlando di nulla di sessuale adesso, quindi il sentire quello che sentono gli altri o il provare quello che provano è un dono del tutto sbalorditivo, un dono che permette a chi lo possiede di comunicare in modo completo con tutti.

L'empatia, visto che è chiaramente una percezione tanto potente e profonda, ha dei risvolti potenzialmente drammatici in chi la prova e la sprigiona. Avete presente quando si dice "quella persona si sobbarca i problemi del mondo"? Ecco, l'empatico, proprio per il fatto che *diventa l'altro*, è soggetto a notevoli pressioni, pressioni che per un lacunoso di empatia non sono nemmeno immaginabili.

Se l'empatia è unita a una forte dose di sensibilità (e spessissimo è così, visto che sensibilità ed empatia sono legate con un filo cortissimo) **si rischia di soffrire o di gioire per questioni che non riguardano noi, finendo per vivere una vita non nostra.**

Se si impara a controllare l'empatia e se si impara a distaccarla dalla propria sfera emotiva quel tanto che basta da

poterla controllare, diventa una leva potentissima per comunicare con gli altri.

Non puoi nemmeno pensare di essere carismatico se non capisci e non senti gli altri.

Ovviamente il carisma è composto da ingredienti diversi e miscelati in maniera differente, quindi non sempre l'empatia è il primo di questi. Per capirci, Hitler non brillava per empatia anche se, a suo modo, non ne era sprovvisto. La sua mente era semplicemente a compartimenti stagni, ovvero il popolo ebraico era meno attestabile di empatia piuttosto che i suoi cani lupo. Beh, sappiamo poi che fine ha fatto...

A ogni modo l'empatia è potentissima ma si rivolge in maniera biunivoca in direzione degli altri e contemporaneamente agendo su di noi. Straordinaria, l'empatia: **ci permette di capire, di percepire, di individuare il momento per dire qualcosa, il modo per dirla e persino cosa dire.**

L'empatico controllato capisce quando è il momento di tacere o di parlare e il modo in cui fare entrambe le cose, perché SA quello che l'altro vuole o si aspetta perché SA cosa sente e cosa pensa.

Porta questa formidabile qualità sulle masse, proiettala sugli altri, e pensa che effetto deflagrante potrebbe avere. Un esempio che farò spesso è Gandhi, a mio parere uno degli uomini più carismatici mai esistiti su questo pianeta: in saio e nutrendosi con del latte di pecora ha cambiato l'India e il mondo, e l'ha fatto perché **sentiva quello che sentiva il mondo.**

NESSUNA ECONOMIA DI PENSIERO

Il secondo ingrediente che senza dubbio voglio mettere nella ricetta del nostro carisma è la **creatività**.

Cerchiamo di capire che cosa intendiamo per creatività e a quali settori la possiamo abbinare. Prima di tutto, per non confonderci, non per forza la creatività è da abbinare a quella che definiamo *fantasia*.

Una frase di Henri Poincaré spiega benissimo quello che sto cercando di dire:

“CREATIVITÀ È UNIRE ELEMENTI ESISTENTI
CON CONNESSIONI NUOVE, CHE SIANO UTILI”.

Che siano utili, capisci? Ovvio che una mente puramente immaginifica potrebbe non essere necessariamente creativa ma solo... diciamo spumeggiante.

Qua ci sarebbe anche da discutere sul concetto di utilità, in effetti, visto che sicuramente Picasso è stato creativo ma non necessariamente utile, dirai tu. Invece non è vero, perché **Picasso è stato creativo e utile alla produzione di arti figurative e quindi alla creazione di un metro di giudizio per le stesse. Sono le creazioni e le novità che creano e rimodellano gli standard qualitativi.**

Quindi un creativo è qualcuno che è in grado di immaginare, inventare e creare qualcosa che abbia una realizzazione nel pratico, non necessariamente in forma fisica.

Possiamo anche vederla da un altro punto di vista, sempre partendo dalla frase di Poincaré, ovvero **unire cose che ci sono già, ma farlo attraverso strade nuove.**

Il pensiero laterale, ovvero quella capacità di risolvere i problemi sfruttando delle connessioni di pensiero non collegate direttamente al problema stesso, **è una potentissima forma di creatività** che perfettamente rappresenta quanto detto da Poincaré, ossia l'arrivare alle soluzioni o alla realizzazione attraverso strade nuove e diverse.

IL CARISMATICO È CREATIVO. SE NON LO FOSSE
SAREBBE UN ABITUDINARIO MENTALE E IN PRATICA
PERDEREBBE LA SUA DOTE DI TRASMISSIONE DEL CARISMA.



Tempo fa vidi un adesivo che recava questa frase:

“NESSUNA ECONOMIA DI PENSIERO”



e ricordo di avere pensato che la frase è in sé di una potenza incredibile. Spesso siamo pigri, mentalmente annoiati, ragioniamo per sillogismi precostituiti da altri che ci portano a conclusioni che, a prescindere da quello che pensiamo, non sono nostre, non sono frutto del nostro ragionare e pensare.

Spesso ci fossilizziamo su modelli di pensiero preconfezionati che stanno lì, nella nostra testa, perché ci sono stati inculcati, scambiandoli per *libertà di pensiero*, mentre sono solo mancanza di allenamento alle associazioni mentali. Il pigro mentale, colui che fa economia di pensiero, non si preoccupa di mettere le cose in discussione e nemmeno di mettere se stesso in discussione; il pigro mentale non è creativo, non può essere carismatico ed è una persona che si limita a giudicare senza capire.

IL GIUDIZIO DATO AGLI ALTRI È SPESSO UN OTTIMO METRO
PER INDIVIDUARE UNA FORMA PIÙ O MENO PROFONDA
DI ECONOMIA DI PENSIERO.



La creatività del carismatico è evidente e deriva per esempio dall'empatia e dall'intelligenza.

La creatività non è *solo* dipingere o scolpire ma può essere riuscire a divertire, trovare soluzioni a problemi economici, di guerra o di tutti i giorni.

LA CREATIVITÀ HA LA CARATTERISTICA PECULIARE
SORPRENDENTE DI NON ANNOIARE GLI ALTRI,
DI INDURRE LE PERSONE A PENSIERI NUOVI E AFFASCINANTI.



Ha la caratteristica di rendere chi la possiede un illuminato agli occhi di chi non ce l'ha.

Prova a immaginare un empatico creativo e avrai una persona che già, con solo queste due caratteristiche, è carismatica.

**NON DOBBIAMO VOLERE LE COSE
CON FORZA MA SAPERLE RAGGIUNGERE**

Non voglio essere preso per un machista convinto, non pensare male vedendo questa Legge numero 5. La verità è che la **sicurezza e la forza di volontà** sono, se ben equilibrate, una leva travolgente, estremamente carismatica. Due componenti fondamentali del carisma, che vanno abbinate.

Ma andiamo per ordine partendo sempre dalla terminologia per renderci perfettamente conto di ciò di cui stiamo parlando. La sicurezza.

LA CONSAPEVOLEZZA CHE IL CAMBIAMENTO
DELLO STATO DELLA COSE ANDRÀ COME SAPPIAMO
CHE DOVREBBE ANDARE

o che, almeno, noi si sappia in quale direzione evolverà. Più precisamente che *l'evoluzione di un sistema non produrrà stati indesiderati*; nel nostro caso non stiamo parlando della sicurezza nel senso di *non mi accadrà nulla* ma della sicurezza delle proprie azioni, delle proprie idee, dei propri convincimenti, dei propri metodi, delle proprie parole.

In poche parole, della **sicurezza in noi stessi**.

Ora, sappiamo tutti perfettamente che la sicurezza in se stessi viene espressa in gran parte dal linguaggio del corpo, ovvero da tutti quei movimenti e impercettibili mutamenti di espressione che lasciano trasparire dei lati di noi, delle emozioni o delle sensazioni che stiamo palesando oppure nascondendo.

Il fatto però è che questo libro è dedicato al carisma digitale, ovvero a quello che possiamo fare per

RENDERE NOI STESSI CARISMATICI E RICONOSCIBILI
ATTRAVERSO LA RETE E NON A UN INCONTRO DI GALA
ALLA SCALA.



Pur essendo consapevole dell'importanza del linguaggio del corpo non ne parlerò di proposito, perché questo non è un libro sul personal branding a tutto tondo né un libro sul come broccolare in ferie al Lido di Spina.

Quindi, tornando alla sicurezza, se sarai in grado di trasmetterla con le tue parole sui social, con le tue foto e con i tuoi video, avremo centrato il punto.

Ma come?

Prima di tutto **le persone non vogliono sentire lagne**. Se il nostro approccio alla Rete sarà costantemente lamentoso non solo saremo noiosi ma daremo l'idea di non essere in grado di gestire le cose, neppure nella nostra vita, risultando quindi dei perdenti.

La lamentela non è il male, è fisiologica e naturale in una vita digitale sana, ma non deve essere l'unica forma di espressione. Se lo diventa allora saremo percepiti come dei **perdenti**.

Attenzione, non sto dicendo di fingere ma sto dicendo di abituarci a comunicare a trecentosessanta gradi, non solo quando siamo incazzati ma anche quando siamo commossi, allegri, ebbri o scemi perché noi siamo individui e quindi poliedrici e complessi, e come tali bellissimi. Dimostriamolo.

E poi, diciamocelo! Un discorso è il moto di rabbia e un altro è la lagna continua. Diventa come un triste sottofondo. Oltre a non frignare di continuo devi essere sempre in grado di motivare quello che dici e di controbattere alle critiche argomentando. La sicurezza non è arroganza ma la ragionevole certezza dei propri pensieri e delle proprie azioni, certezza che non esiste senza un puro, cristallino e super sincero dialogo interiore. Abbandona le sovrastrutture, abbandona quelle che in politica si chiamavano ideologie, fatti delle domande VERE e

LE RISPOSTE CHE TI DARAI, SE SARANNO ALTRETTANTO
VERE, DIVERRANNO LA TUA SICUREZZA.



La forza di volontà è la presa di coscienza e la messa in atto di azioni (o reazioni) che portano al compimento di una determinata serie di eventi che generano un risultato finale, definito obiettivo.

La forza di volontà non è volere una cosa soltanto con vigore, ma saperla raggiungere.

Ora, non dobbiamo pensare che la forza di volontà sia cocciutaggine, nulla di più sbagliato.

*«Signore dammi la forza di cambiare le cose che posso modificare
e la pazienza di accettare quelle che non posso cambiare
e la saggezza per distinguere la differenza tra le une e le altre»*

Tommaso Moro

Quello che viene magistralmente scritto da Tommaso Moro è qualcosa che oggi va tanto di moda e viene definito *resilienza* ovvero la forza interiore per fare fronte in maniera positiva agli eventi che in qualche modo ci traumatizzano, e di riorganizzare positivamente la nostra vita davanti ai problemi che ogni giorno ci si presentano.

La resilienza NON è cocciutaggine ma è la capacità di adattarci a quello che NON possiamo cambiare mentre la forza di volontà ci permette di cambiare quello che è possibile cambiare.

Sono incredibili le cose che una volontà forte è in grado di fare, se supportata da sicurezza, da voglia di farcela e da una buona dose di intelligenza.

Se ti piace lo puoi acquistare in libreria o su:

amazon.com[®]

WEB IN TESTA 

