

Data: 18/09/2013 | **Testata:** Corriere del Trentino | **Pagina:** 1

DIETRO ALLO SLOGAN

CONVINCERE CON LA FORZA DELLE IDEE

Su alcuni cartelloni disseminati nelle strade, campeggia uno degli slogan scelti da Ugo Rossi in vista delle elezioni provinciali di ottobre: «Obiettivo della mia squadra? Vincere». Quale senso è possibile dare oggi a questa parola? Il concetto di vittoria presuppone l'idea di conflitto, ovvero che esista qualcuno o qualcosa di avverso e ostile che occorre battere o superare. Il conflitto per eccellenza è rappresentato dalla guerra. Non a caso, nella dichiarazione che segnò per l'Italia l'inizio del secondo conflitto mondiale, Mussolini ebbe a dire: «La parola d'ordine è una sola: vincere! E vinceremo». Di conflitti si nutre la giustizia: il desiderio di tutte le persone che si rivolgono ai tribunali è «vincere la causa». La vittoria, per altro verso, è l'obiettivo di ogni competizione, da quella elettorale a quella sportiva: certifica l'essere bravi o, quantomeno, migliori di altri. Anche nel mondo accademico, da qualche tempo, si è considerati bravi se si riesce a battere colleghi nell'accaparramento dei fondi di ricerca. A volte l'avversario da affrontare può albergare in noi stessi e identificarsi nei nostri limiti: accade quando siamo chiamati a vincere le nostre paure oppure a dominare gli impulsi. Per inciso: la vittoria può trasformarsi in dominio che quasi mai è mai auspicabile. C'è chi ritiene che la metafora delle ostilità si adatti finanche ai rapporti affettivi, almeno a voler credere al detto popolare secondo il quale «in amor vince chi fugge». I conflitti sono difficilmente eliminabili dai rapporti umani: essi nascono dalla diversità degli interessi di cui ognuno di noi è portatore. Il problema diventa capire in quale modo vadano affrontati: se, in particolare, esista una logica diversa da quella di avere dei vincitori e dei vinti. Chi si occupa di negoziazione spiega che la strategia più appagante per dirimere i conflitti è quella propria del problem solving tesa a trovare una soluzione creativa che soddisfi, se possibile, gli interessi di tutte le parti coinvolte. Si tratta di un approccio non facile da perseguire in concreto: trovare una soluzione creativa richiede uno sforzo in più. Ma si caratterizza per un aspetto: cercare di tenere conto delle posizioni di tutti. In fondo la stessa etimologia della parola competere (cum petere) ci dice che essa attinge all'idea del «chiedere insieme». La nostra società deve risolvere molti problemi originati spesso dalla diversità degli interessi: secondo una certa logica occorre «sconfiggerli». Forse oggi la parola vincere significa soprattutto «con-vincere». E vuol dire non solo vincere insieme i problemi, ma anche indurre con la forza del ragionamento e delle idee innovative a riconoscere la validità delle soluzioni proposte a vantaggio di tutti.

di GIOVANNI PASCUZZI



DIETRO ALLO SLOGAN**CONVINCERE
CON LA FORZA
DELLE IDEE**

di GIOVANNI PASCUZZI

Su alcuni cartelloni disseminati nelle strade, campeggia uno degli slogan scelti da Ugo Rossi in vista delle elezioni provinciali di ottobre: «Obiettivo della mia squadra? Vincere». Quale senso è possibile dare oggi a questa parola?

Il concetto di vittoria presuppone l'idea di conflitto, ovvero che esista qualcuno o qualcosa di avverso e ostile che occorre battere o superare. Il conflitto per eccellenza è rappresentato dalla guerra. Non a caso, nella dichiarazione che segnò per l'Italia l'inizio del secondo conflitto mondiale, Mussolini ebbe a dire: «La parola d'ordine è una sola: vincere! E vinceremo».

Di conflitti si nutre la giustizia: il desiderio di tutte le persone che si rivolgono ai tribunali è «vincere la causa». La vittoria, per altro verso, è l'obiettivo di ogni competizione, da quella elettorale a quella sportiva: certifica l'essere bravi o, quantomeno, migliori di altri. Anche nel mondo accademico, da qualche tempo, si è considerati bravi se si riesce a battere colleghi nell'accaparramento dei fondi di ricerca. A volte l'avversario da affrontare può albergare in noi stessi e identificarsi nei nostri limiti: accade quando siamo chiamati a vincere le nostre paure oppure a dominare gli impulsi. Per inciso: la vittoria può trasformarsi in dominio che quasi mai è mai auspicabile. C'è chi ritiene che la metafora delle ostilità si adatti finanche ai rapporti affettivi, almeno a voler credere al detto popolare secondo il quale «in amor vince chi fugge».

I conflitti sono difficilmente eliminabili dai rapporti umani: essi nascono dalla diversità degli interessi di cui ognuno di noi è portatore. Il problema diventa capire in quale modo vadano affrontati: se, in particolare, esista una logica diversa da quella di avere dei vincitori e dei vinti.

Chi si occupa di negoziazione spiega che la strategia più appagante per dirimere i conflitti è quella propria del *problem solving* tesa a trovare una soluzione creativa che soddisfi, se possibile, gli interessi di tutte le parti coinvolte. Si tratta di un approccio non facile da perseguire in concreto: trovare una soluzione creativa richiede uno sforzo in più. Ma si caratterizza per un aspetto: cercare di tenere conto delle posizioni di tutti. In fondo la stessa etimologia della parola *competere* (*cum petere*) ci dice che essa attinge all'idea del «chiedere insieme».

La nostra società deve risolvere molti problemi originati spesso dalla diversità degli interessi: secondo una certa logica occorre «sconfiggerli». Forse oggi la parola vincere significa soprattutto «con-vincere». Evuol dire non solo vincere insieme i problemi, ma anche indurre con la forza del ragionamento e delle idee innovative a riconoscere la validità delle soluzioni proposte a vantaggio di tutti.