

WORKSHOPS

# Neurocomunicazione Interpersonale

## tra pragmatica, gestione delle emozioni e capacità previsionali: osservare, riconoscere, gestire, prevedere

**Obiettivi:** fornire conoscenze e capacità di **consapevolezza della propria comunicazione** favorendo l'implementazione di strumenti di NeuroComunicazione Interpersonale allo scopo di migliorare la propria capacità di **osservare gli schemi relazionali, riconoscere le emozioni, prevedere e gestire il comportamento del proprio interlocutore**

**Destinatari:** min 12 a max 20 manager, imprenditori, dirigenti, responsabili, consulenti, etc.  
**Consigliato a tutti coloro i quali svolgano un lavoro in cui l'aspetto della relazione con l'altro sia preponderante nel conseguimento degli obiettivi propri e del contesto in cui operano**

**Metodologia:** relazione frontale, utilizzo di filmati (scene esemplificative tratte da film), esercitazioni, role playing, de-briefing

**Docente:** **Carmen Cini**, *Sociolinguista ed esperta di Epistemologia e di Neurocomunicazione* (Migliorati A&C progetto Neureka, divisione MetaSummits)

**Assistente e supporto alla didattica:** Stefano Migliorati (Migliorati A&C)



**Luogo:** presso **PLS Group**  
via della Mattonaia, 17 - Firenze

**Data:** 29-30 maggio 2015

**Durata:** 2gg  
(16 ore con orario: 9.00-13.00; 14.00-18.00)

**Costo:** inclusi 2 light lunch;  
€ 250 + IVA (fino al 3 aprile),  
€ 300 + IVA (dal 4 al 30 aprile),  
€ 350 + IVA (dal 4 al 28 maggio)

**Per Info e Iscrizioni**  
info@metasummits.it - cell. 339.3480361



Ramo formazione  
di Neureka

WWW.NEUREKA.IT



### Dettagli e info supplementari

#### NeuroComunicazione

**Tecniche verbali, non verbali e visive** che stimolano determinati stati e funzioni del cervello tali per cui possa essere maggiormente **influenzabile e persuadibile**. Pertanto, acquisire e saper utilizzare strumenti che favoriscano tale stato del cervello e della mente, significa **poter influenzare il pensiero (inconscio cognitivo)** e orientare l'azione del target di riferimento sia esso individuo o gruppo.

Tali stati e funzioni del cervello sono stati identificati grazie alle scoperte di numerosi neuroscienziati: da Roger Sperry a Hans Berger, da Carlsson e Hilar ad Allan Schore, da Giacomo Rizzolatti a Stephen W. Porges. Il principio fondamentale che consente di parlare di Neurocomunicazione è basato su un modello della mente di tipo neurobiologico-relazionale per cui **il nostro modo di percepire e comunicare** - quindi anche il nostro cervello - **si modificano attraverso le relazioni** che viviamo nel corso della nostra esistenza.

A partire dalla **svolta epistemologica** data dall'avvento della Seconda Cibernetica (metà del secolo scorso) e dalla **funzione estetica delle relazioni umane**, il cui merito è da attribuirsi a Gregory Bateson, il corso, sposando tale impostazione, integra l'approccio sistemico della visione pragmatica ad un'ottica della comunicazione che poggia su un indiscusso paradigma che vuole la relazione come livello della comunicazione attraverso cui l'emozione si estrinseca.

Il format proposto fa quindi riferimento alle più recenti scoperte neuroscientifiche in merito al **determinante ruolo giocato dalle emozioni nella comunicazione e nei processi decisionali**. Dai capisaldi teorici postulati da Paul Watzlawick (assiomi della comunicazione), dal quale hanno preso le mosse numerosi modelli di **psicoterapia breve**; ai noti studi di Paul Ekman (ispiratore della fiction "Lie to me") sulle **espressioni facciali, emozioni universali** e sulle menzogne; fino alle indagini di John Gottman (elaboratore dei cdt "predittori di divorzio") sugli indicatori che fanno funzionare le relazioni interpersonali.

Tali contenuti costituiranno degli spunti di base per i partecipanti affinché possano acquisire o integrare **un nuovo modo di "osservare l'altro"** tale per cui la competenza relazionale, in termini di consapevolezza e anche di **abilità di gestire le emozioni proprie e altrui**, possa diventare un know how implicito alle proprie azioni comportamentali.



MIGLIORATI

Advertising & Communication