

L'analisi socioterapeutica dei fenomeni sociali

La riapparizione del fattore umano come importante elemento di gestione e conduzione delle relazioni, può determinare risultati ottimali in tutte le persone coinvolte. Anche nel retail

Leonardo Benvenuti *

La socioterapia è un approccio analitico che nasce come estensione della sociologia, una disciplina nata dal genio di A. Comte agli inizi del XIX secolo a partire da un ideale di base, nato nella Francia post rivoluzionaria, riguardante una gestione della società che non fosse legata alle idee fino ad allora imperanti e che fosse basata su di una modalità scientifica di gestione della società.

L'idea di fondo era esplicitamente empirica, sul modello delle scienze naturali, ed aveva, alle proprie basi, la descrizione di origine cartesiana come primo passo per la formazione di ogni conoscenza che volesse risultare scientifica. Alle radici della socioterapia vi è proprio una stipulazione di questo tipo, per cui per riuscire a comprendere qualunque fenomeno occorre partire:

- dalla lettura di come esso si manifesti;
- quindi passare ad una serie di sue descrizioni, più precise e complete possibili;
- questo permette di introdurre una lettura trasversale di tali descrizioni, al fine di arrivare ad individuare eventuali regolarità che permettano di comprendere come tale fenomeno si sviluppi;
- infine arrivare ad una sua spiegazione che permetta anche di poterlo prevedere.

TRA PASSATO E FUTURO

La socioterapia si sviluppa a partire dal modello, teorizzato da C. G. Hempel nel XX secolo, determinato da una simmetria tra spiegazione e previsione rispetto alla quale si individua uno scarto temporale dovuto al fatto che la spiegazione serve ad indicare un qualcosa di già accaduto mentre la previsione indica un qualcosa che non è ancora accaduto: ebbene, tale spazio temporale, è a disposizione della persona per decidere la qualità del proprio intervento e della propria azione; uno spazio che le offre il tempo di decidere se la previsione sia in linea con le sue aspettative e valori e, quindi, se debba essere favorita e perseguita oppure, in caso contrario, rifiutata.

Tale spazio ha permesso di ipotizzare un modello a-simmetrico (o socioterapeutico) di azione nel quale la persona agente si ritrovi il tempo per decidere se assecondare la previsione oppure contrastarla: questo è il significato profondo della socioterapia, per cui, invece di adattarsi ad una sorta di ineluttabilità di quanto è logicamente prevedibile che obbliga le persone a complessificare i propri interventi, si adopera, proprio a partire da quanto spiegato, per intervenire, cercando di agire sulle premesse in modo tale da incentivare l'accadimento di quanto gradito oppure renderlo innocuo o impedirlo, se contrario alle

intenzioni o alla vita: prova ne sia l'attuale attività per trovare un vaccino come antidoto all'attuale pandemia da coronavirus, in modo analogo a quello che è successo in passato e che ha permesso di cancellare il vaiolo dalla terra, in precedenza considerato un flagello divino che ha causato un numero di morti molto superiore a quello attuale.

APPROCCIO COMUNICAZIONALE

Quanto riportato permette di comprendere che l'approccio a base comunicazionale (un vocabolo interpretato nella nostra disciplina come un neologismo unione dei due termini: "comunicazione" e "relazionale") della socioterapia riguardi sia la conoscenza che la progettazione dei comportamenti nei vari campi del sapere e delle attività umane concernenti, in particolare, argomenti quali:

- la costruzione delle identità personali;
- l'individuazione delle identità altrui;
- la costruzione di un corretto sistema di rappresentazioni che permetta di impostare la propria attività in modo confacente ai propri scopi;
- il confronto con i valori in modo tale da garantire una dimensione etica al proprio agire;
- la definizione di cosa sia una relazione, non solo in astratto, ma fondata sulla specificità dei propri campi di azione, secondo la razionalità e la relazionalità tipiche dei propri contesti lavorativi, delle particolari forme organizzative di cui la persona fa parte, con propri ruoli e funzioni.

La socioterapia in campo organizzativo e lavorativo si occupa proprio della preparazione delle persone a comprendere e ad affrontare gli eventuali disagi insorgenti nei propri ambiti specifici, rispetto ai quali è necessario che i singoli siano preparati a trovare e ad avanzare ipotesi di soluzione progettate proprio su di essi a partire dal fatto che i vari ambiti siano a valenza locale, nazionale o internazionale; appartenenti ai vari settori di produzione; funzione delle forme organizzative adottate e dei ruoli in esse svolti; dei particolari mercati, ognuno dei quali può avere caratteristiche del tutto proprie: è quella che chiamo capacità di progettazione specifica degli interventi. **M**

(*)Leonardo Benvenuti è docente di "Comunicazione e Socioterapia" e "Relazioni Comunicazionali e Gestione dei Conflitti" presso l'università degli studi Chieti-Pescara. È autore di diversi saggi sull'argomento e presidente dell'AIST, Associazione Italiana Socioterapia.

IL DESIGN DEI COMPORTAMENTI
Gli elementi che studiano la socioterapia

- COSTRUZIONE DELLE IDENTITÀ PERSONALI** (Icon: person with question mark and pencil)
- INDIVIDUAZIONE DELLE IDENTITÀ ALTRUI** (Icon: three people with question marks)
- SISTEMI DI RAPPRESENTAZIONE** (Icon: people with puzzle pieces and a lightbulb)
- DEFINIZIONE DELLE RELAZIONI** (Icon: two hands shaking)

STUDIARE LE RAPPRESENTAZIONI E IL CONTESTO DEL RETAIL

Argomenti principali della socioterapia sono la comunicazione e le tecniche di costruzione delle rappresentazioni, cioè il modo in cui le persone impostano le loro conoscenze come premessa per arrivare a procedimenti decisionali che permettano loro di possedere tutte le variabili necessarie per ottenere la massima efficacia possibile permettendo di rendere meno aleatorie quelle decisioni che, una volta, si consideravano legate a intuizioni tipiche di chi aveva "il mestiere" e che permetteva di anticipare possibili sviluppi riguardanti il proprio ambito di mercato. Il tutto visto nell'ottica del cambiamento che si sta sviluppando, si potrebbe dire, sotto ai nostri occhi a partire dalla nuova atmosfera mediale e dalle prospettive aperte dalla digital innovation che sta cambiando radicalmente gli stessi concetti di socialità, di razionalità economica, di vendita al dettaglio (retail) e di consumo. In particolare, nel settore del commercio, la gestione delle relazioni è uno strumento di lavoro. Nei prossimi articoli si entrerà nel merito delle dinamiche associate.