

# CPT Ravenna

**La piramide dei livelli logici:  
UN MODELLO DI DISTINZIONE  
PER ESPLORARE LA DIVERSITA'**

**Materiale didattico elaborato da Dott.ssa Claudia Righetti**

## I LIVELLI LOGICI

Ogni volta che ciascuno di noi vive un'esperienza può analizzarla ponendosi alcune domande.

Anche quando entriamo in contatto con un'organizzazione lavorativa possiamo analizzarla ponendoci alcune domande per coglierne tutta la sua complessità e unicità.

OGNI NOSTRA ESPERIENZA E' SCOMPONIBILE A DIVERSI LIVELLI PROFONDAMENTE CORRELATI. CAMBIAMENTI A UN CERTO LIVELLO POSSONO PRODURRE CAMBIAMENTI A LIVELLI DIVERSI.



Es.

- Sono nella biblioteca seduta comodamente sulla poltrona , è pomeriggio rimarrò qua un paio di ore (CONTESTO)
- Sto leggendo un libro che mi piace (COMPORAMENTO)
- So leggere, lo faccio lentamente e intercalo degli spazi di riflessione per assimilarne i contenuti, cogliere nella sua complessità la visione dell'autore e ricreare nella mia fantasia ciò che descrive (CAPACITA')
- Quello che sto facendo mi procura curiosità, interesse (CONVINZIONE)
- E' un momento di crescita (VALORE)
- Sono una persona appassionata di saggi (IDENTITA')

E' probabile che un contesto diverso possa creare profondi cambiamenti negli altri livelli. Ad esempio come potrebbero variare se anziché in biblioteca fossi in treno, durante il tragitto che mi porta a lavorare da Modena a Bologna?

Ad esempio:

- le **capacità** espresse potrebbero essere: isolare il vociare delle persone, mantenermi in equilibrio se viaggio in piedi, cogliere il senso senza tuttavia perdere di vista le fermate che il treno fa;
- la **convinzione** potrebbe essere che leggendo ingannerò la noia
- il **valore** ottimizzare il tempo;
- l'**identità**: quella di un lavoratore che si sveglia presto e che coltiva interessi collaterali al lavoro, sfruttando al meglio il tempo.

Ne deriva che dietro a una presunta uguaglianza "Io sono una persona che ama molto leggere" ci possono essere mappe, esperienze di realtà, completamente diverse

Vediamo i casi di tre persone che condividono contesto e comportamento:

	<b>Caso 1</b>	<b>Caso 2</b>	<b>Caso 3</b>
<b>IDENTITA'</b>	Appassionato di saggi	Sono un introverso senza amici	Sono uno studioso
<b>VALORI</b>	Distensione, godimento	Compagnia, saggezza	Conoscenza e sapere
<b>CONVINZIONI</b>	Fare ciò mi procura piacere	Fare ciò mi consola	Fare ciò accresce la mia competenza
<b>CAPACITA'</b>	Assaporo lo stile dell'autore, ricerco nella mia fantasia le immagini che descrive	Cerco dei messaggi significativi per me confronto ciò che dice con ciò che mi è accaduto	Soppeso le parole, le ripeto e memorizzo
<b>COMPORAM.</b>	Leggo un libro	Leggo un libro	Leggo un libro
<b>CONTESTO</b>	Sono in biblioteca	Sono in biblioteca	Sono in biblioteca

Così quando interagiamo, comunichiamo possiamo farlo a livelli logici diversi, mantenendo ciascuno la propria mappa del mondo.

Pur con tutte le differenze le mappe possono trovare un'area comune.

Comunicare efficacemente, essere fortemente orientati a capire di più l'altro significa non dare per scontato che la nostra mappa rappresenti la realtà ma anzi partendo dal presupposto che ciascun individuo possiede una mappa diversa dall'altro essere così flessibili da ampliare la propria mappa per includere elementi della mappa dell'altro.

Leggere un contesto organizzativo significa riuscire ogni volta a cogliere l'unicità spostando ai diversi livelli logici. Di frequente se non sempre si scopre che organizzazioni che condividono contesti e che mettono in atto le medesime attività (comportamenti) possono dischiudere differenze meno visibili ma consistenti che occorre necessariamente cogliere per poter intervenire adeguatamente sull'organizzazione e produrre cambiamento.

Ad esempio analizzando i modelli comunicativi d'impresa, le abilità e/o le incapacità espresse diviene fondamentale cogliere quali sono i valori, le convinzioni che fanno accadere questo.

Fare cambiamento culturale, essere agenti di cambiamento culturale significa spesso lavorare non tanto sulle capacità quanto analizzare, costruire far condividere convinzioni, valori e creare un'identità organizzativa.