

4.6.4. ALLEGATI UDA QUARTO ANNO

Allegato 1

Consegna per l'elaborazione del report sull'Associazione Nazionale Italiana per l'Automazione - ANIPLA

Suddivisi in 4 gruppi prenderete visione del sito dell'ANIPLA: <http://www.anipla.it/>

Avete l'incarico di approfondire i seguenti aspetti:

- Gruppo 1 – La storia e l'identità dell'Associazione
- Gruppo 2 – I soci dell'Associazione
- Gruppo 3 – Le attività svolte dall'Associazione
- Gruppo 4 – Il panorama di altre Associazioni internazionali, europee ed italiane ad essa collegate

Per ognuno dei temi assegnati il gruppo dovrà presentare un report di almeno 2 pagine in formato word carattere 12 interlinea 1,5. Avete a disposizione circa 2 ore di lavoro.

Per favorire il lavoro, nel gruppo 4 persone decise dall'insegnante assumeranno i seguenti ruoli: coordinatore, custode del tempo e dei materiali, verbalizzante e custode delle relazioni. Eventuali altre persone faranno da vice ad alcuni ruoli, sempre secondo le indicazioni dell'insegnante.

Attribuzioni di ciascun ruolo: il **coordinatore** avvierà la discussione, porrà stimoli all'avanzamento del dibattito, farà insieme al verbalizzante il punto sulle idee emerse; il **custode del tempo e dei materiali** aiuterà con opportuni interventi il gruppo a mantenere un ritmo di lavoro e a mettere a frutto al meglio i documenti a disposizione; il **verbalizzante** stenderà il report della discussione condividendolo con gli altri e accettando i loro suggerimenti; il **custode delle relazioni** avrà cura che ciascun membro del gruppo partecipi alla discussione, darà i turni di parola, modererà chi interviene sempre, soprattutto se toglie la parola agli altri, inviterà chi tace ad intervenire.

Allegato 2

Cos'è un'Associazione

Per approfondire il concetto giuridico di Associazione può essere utilizzata anche la definizione in rete di Wikipedia: [https://it.wikipedia.org/wiki/Associazione_\(diritto\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Associazione_(diritto))

Allegato 3

Progetto di visita – prima parte

In questa prima parte vanno definiti:

- Obiettivi della visita
- Argomenti di approfondimento scelti dalla classe in seguito alle informazioni ricavate sull'Associazione e alla riflessione condotta con gli insegnanti

Allegato 4

Come scrivere e-mail efficaci

Prima di scrivere l'e-mail ai referenti dell'Associazione per chiedere la disponibilità ad una visita da parte della classe, occorre imparare come si scrive un messaggio di posta elettronica.

La rete può aiutarci con alcuni consigli:

- Dal sito "Comunicare sul web" – Come scrivere e-mail efficaci: 20 consigli per comunicare via e-mail: <http://comunicaresulweb.com/web-writing/come-scrivere-e-mail-efficaci/>

Allegato 5

Progetto di visita – seconda parte

Suddivisi in 4 gruppi dovreste definire il progetto di visita presso l'ANIPLA.

Avete l'incarico di definire i seguenti aspetti:

- Gruppo 1 – Organizzazione del viaggio e aspetti economici
- Gruppo 2 – Definizione delle domande da porre ai referenti ANIPLA
- Gruppo 3 – Definizione delle domande da porre ai referenti ANIPLA
- Gruppo 4 – Comunicazioni alle famiglie e alla dirigenza scolastica

Avete a disposizione circa 2 ore di lavoro.

Per favorire il lavoro, nel gruppo 4 persone decise dall'insegnante assumeranno i seguenti ruoli: coordinatore, custode del tempo e dei materiali, verbalizzante e custode delle relazioni. Eventuali altre persone faranno da vice ad alcuni ruoli, sempre secondo le indicazioni dell'insegnante.

Attribuzioni di ciascun ruolo: il **coordinatore** avvierà la discussione, porrà stimoli all'avanzamento del dibattito, farà insieme al verbalizzante il punto sulle idee emerse; il **custode del tempo e dei materiali** aiuterà con opportuni interventi il gruppo a mantenere un ritmo di lavoro e a mettere a frutto al meglio i documenti a disposizione; il **verbalizzante** stenderà il report della discussione condividendolo con gli altri e accettando i loro suggerimenti; il **custode delle relazioni** avrà cura che ciascun membro del gruppo partecipi alla discussione, darà i turni di parola, modererà chi interviene sempre, soprattutto se toglie la parola agli altri, inviterà chi tace ad intervenire.

Allegato 6

Come prendere gli appunti

Come si fa a prendere appunti? L'operazione è meno banale di quanto possa sembrare ed è una faccenda creativa perché dà vita a un testo nuovo (e utile). Per metterla semplice, si tratta di fare tre cose insieme: capire dove va a parare un testo o un discorso, selezionare gli elementi più importanti (parole e concetti-chiave, dati) lasciando perdere il resto, organizzare secondo un ordine, più traducendo che trascrivendo, e con un grado di sintesi funzionale allo scopo degli appunti medesimi.

E, ovviamente, si tratta di fare tutto questo in velocità e senza perdere il filo.

Nel prendere appunti ciascuno ha il suo stile, il suo grado di dettaglio, i suoi codici e i suoi segni: per rendersene conto basta confrontare (è illuminante: provateci) le note prese da due persone diverse nel corso della stessa riunione o della stessa lezione.

Tra l'altro: si dovrebbe imparare a prendere appunti già quando si va a scuola, anche perché scrivere ciò che si sta ascoltando è un modo efficace per capire meglio e ricordare di più, più facilmente e con maggior precisione. Ma sembra che oggi non sia di moda: anche all'università gli studenti si impigriscono sui ppt che i docenti mettono a disposizione. È un favore apparente e un danno reale, visto che la vita vera non viaggia corredata dal suo powerpoint.

Se dovessi dare qualche suggerimento sul prendere appunti a chi non lo ha mai fatto direi questo:

1) Comincia a esercitarti con alcuni testi scritti di media difficoltà, così puoi ragionare su quel che fai senza lo stress del tempo che si porta via le parole dette. Prima, leggendo, capisci gli snodi del discorso. E sottolinea le parole e le frasi rilevanti. Poi traduci, scrivendo una sintesi tua. Attenzione: sia sottolineando, sia scrivendo puoi usare accorgimenti grafici che rendono il lavoro più chiaro. Righe, doppie righe, ovali attorno a una o più parole, note a margine, punti di domanda, asterischi... mentre sottolinei.

Titoli, stampatelli, sottolineature, liste a punti, frecce, salti di riga mentre scrivi.

2) Perché dico "alcuni" testi scritti? Perché ogni testo ha una sua propria densità concettuale e bisogna imparare a percepirla e a sottolineare solo quanto serve. Così, può darsi che un testo chieda

solo un paio di sottolineature per pagina e che un altro ne chieda dieci. Sottolineare tutto è come non sottolineare niente. La stessa cosa vale per i discorsi ascoltati.

3) Quando cominci a sentirti più a tuo agio nell'intercettare le logiche e gli snodi (tranquillo: con un po' d'esercizio succede proprio così), fai una prova con il parlato. Scegli un pezzo di discorso (bastano dieci minuti) da YouTube e prendi appunti. Due i vantaggi di fare così: se perdi il filo, puoi sempre premere "pause" e recuperare. E, in ogni caso, quando hai finito ti suggerisco di riascoltare tutto quanto, controllando di aver intercettato i punti importanti.

4) Quando ti senti più sicuro puoi affrontare riunioni, conferenze, lezioni... non farti prendere dal panico. Ricorda che la lingua parlata è ridondante, e che novantacinque volte su cento le pause e le ripetizioni ti lasciano tempo sufficiente per prendere le note necessarie. Bloc notes o quaderno, penna o matita, iPad: scegli lo strumento con cui sei più a tuo agio.

Se scrivi a mano: meglio una parola in meno, ma che sia leggibile, almeno per te. Ascolta bene prima di scrivere, e presta attenzione a tono e pause: sono indizi importanti sulla direzione del discorso. Infine: se devi riordinare i tuoi appunti, per esempio trasformandoli in un meeting report, fallo subito. Gli appunti non ripuliti invecchiano e avvizziscono proprio come i sedani lasciati in frigo, mentre fra le note ripulite, così come tra i segni che hai lasciato su un libro (se il tuo codice è ricorrente) ti orienti dopo anni.

(tratto dal sito di Annamaria Testa - <http://nuovoeutile.it/questioni-di-metodo-24-prendere-appunti-come-si-fa/>)

Allegato 7

Interazione efficace con i referenti dell'ANIPLA

Un'interessante articolo per l'insegnante, con riportato anche un possibile schema di variabili da osservare nell'interazione studenti-referenti

L'ALTRO NELLA COMUNICAZIONE¹

Di Mario Becciu Anna Rita Colasanti

AIPRE – Roma

La comunicazione di qualità come strumento
per la realizzazione di una positiva dimensione intersoggettiva

L'uomo è un essere sociale: la personalità e lo stile di un individuo si strutturano attraverso gli scambi relazionali con le persone del proprio ambiente di vita.

La ricerca della vicinanza e del contatto con un altro essere umano costituisce una predisposizione innata dell'individuo che, insopprimibile nella prima infanzia, continua ad emergere, pur con modalità diverse, in tutto l'arco della vita (Bowlby, 1976).

In tal senso, non è azzardato affermare che la nostra salute bio-psico-socio-spirituale dipende in larga misura dalla qualità delle nostre relazioni con gli altri.

D'altra parte, l'esperienza ci dimostra come non sia sempre facile costruire relazioni caratterizzate da una positiva intersoggettività e come siano spesso i problemi di carattere relazionale ad incupire la nostra esistenza.

Ciò è tanto più vero quando questi ultimi si presentano all'interno di contesti relazionali caratterizzati da legami consistenti nello spazio e nel tempo (coppia, famiglia, comunità).

In questo nostro contributo intendiamo soffermarci sul ruolo svolto dalla comunicazione nel favorire o nell'ostacolare la positività delle relazioni con gli altri e presentare alcuni parametri che consentono di stimare la qualità degli scambi comunicativi nel proprio ambiente di vita.

¹ Articolo pubblicato su ReS – Religione e Scuola n.2 novembre 2002

Comunicare, in una prospettiva realmente interpersonale, vuol dire scambiare con gli altri il significato delle proprie esperienze cercando di capire e di farsi capire (Mizzau, 1974).

Ne deriva che, per realizzare una comunicazione davvero autentica, è necessario uscire dal proprio egocentrismo, decentrarsi dal proprio Io, pur senza dimenticarlo, e muoversi verso il Tu.

L'Io e il Tu rappresentano, infatti, i due poli dello scambio comunicativo; scambio che rimane solo apparente quando ci si polarizza sul proprio Io o – al contrario – diviene significativo, quando si è capaci di distanziarsi dal proprio Io per accogliere e comprendere il Tu (Mizzau, 1974).

In accordo con Mizzau possiamo, pertanto, distinguere una *comunicazione egocentrica*, in cui la persona considera come punto di partenza e punto di arrivo dei suoi messaggi unicamente se stessa, e una *comunicazione non egocentrica*, detta anche *comunicazione di qualità*, in cui la persona è capace di accantonare – seppure temporaneamente – il proprio codice di significati per assumere quello dell'altro^{2[1]}.

La comunicazione egocentrica coincide – in qualche modo – con la negazione implicita od esplicita dell'altro. La persona interagisce rimanendo rigidamente legata ad un proprio schema di riferimento, incapace di dirigere la propria attenzione verso la condizione mentale ed emotiva del suo interlocutore.

La comunicazione di qualità si caratterizza, invece, per la valorizzazione di entrambi i partner in interazione e, quindi, per la capacità di assumere il proprio e l'altrui schema di riferimento senza mai fare del proprio punto di vista l'elemento irreversibile del rapporto (Mizzau, 1974).

Poiché la possibilità di sperimentare un'intersoggettività positiva caratterizzata da relazione umane autentiche e dalla vita intesa come comunione è – a nostro avviso – fortemente connessa alla capacità delle persone di uscire dal proprio Io e di andare verso il Tu, nell'impegno condiviso a raggiungere le mete del Noi, la comunicazione di qualità può rivelarsi uno strumento prezioso.

Nella parte che segue ci soffermiamo a descrivere più estesamente la comunicazione di qualità, specificando gli atteggiamenti che la sostengono e i comportamenti che la caratterizzano.

La comunicazione di qualità può essere definita come un processo interpersonale, transazionale e simbolico con il quale le persone in interazione raggiungono e mantengono una comprensione reciproca.

Essa richiede – come abbiamo visto – la capacità di decentrarsi dal proprio Io per cercare di capire e di farsi capire.

Si esplica, pertanto, sia nel mettersi nei panni dell'altro, al fine di comprendere il contesto di significati e di valori sottostante al suo universo espressivo, sia nel codificare il messaggio per l'altro, modulandolo sulle sue caratteristiche.

Mettersi nei panni dell'altro e codificare il messaggio per l'altro sono, tuttavia, subordinati ad alcuni atteggiamenti di fondo, primo tra questi la *disponibilità emotiva ad accettare l'altro*.

Accettare significa ammettere cognitivamente ed emotivamente che l'altro è diverso da me e agisce, sente e pensa seguendo principi diversi dai miei. (Mizzau, 1974). Ciò consente un'apertura verso la fonte comunicativa e una valorizzazione dei contenuti che da essa provengono.

Un secondo atteggiamento che, unitamente al precedente favorisce una comunicazione di qualità è la *benevolenza* (Becciu- Colasanti, 1999).

La persona che manifesta in modo consistente uno stile interpersonale caratterizzato dalla benevolenza tende a cogliere il positivo negli altri, ne rispetta e ne comprende i sentimenti e le motivazioni anche quando ne disapprova i comportamenti, si rivela sollecita e rispettosa nei confronti dei bisogni altrui e possiede una spiccata capacità di perdonare le offese ricevute.

^{2[1]} L'espressioni di comunicazione non egocentrica e di comunicazione di qualità saranno qui usate in modo interscambiabile.

Contempla la possibilità che il proprio interlocutore possa attuare un comportamento discrepante dalle proprie aspettative, preferenze e convinzioni e, pertanto, sa accogliere senza giudicare l'altro in quanto persona.

Un terzo atteggiamento che si correla significativamente ai due succitati è quello di *non competitività*. Nell'interazione con l'altro, cioè, la persona non tende a prevalere a tutti i costi e ad affermare ostinatamente una propria posizione; al contrario, sa decidere – in un dato momento- di non perseguire un proprio obiettivo o di rinunciare al proprio punto di vista, in favore dell'interlocutore o in vista di un incremento della qualità della relazione.

Inoltre è capace di minimizzare le differenze e massimizzare le somiglianze tra le proprie convinzioni e quelle altrui, attenuando i contrasti e favorendo il perseguimento di soluzioni cooperative.

Gli atteggiamenti appena descritti e, specificatamente, la disponibilità ad accettare l'altro, la benevolenza e la non competitività, si riferiscono prevalentemente alla sfera emotiva.

Per quanto concerne invece la dimensione più propriamente cognitiva è da segnalare, quale atteggiamento che permea trasversalmente i precedenti e che sostiene la comunicazione non egocentrica, quello della *flessibilità*.

La flessibilità, quale polarità opposta all'egocentrismo cognitivo, si configura come la capacità di adeguare continuamente le proprie convinzioni ed interpretazioni della realtà al mutare delle situazioni e al sopraggiungere di nuove informazioni. In modo particolare, la persona flessibile possiede buone capacità metacognitive per cui è in grado di ragionare sulle sue produzioni mentali e distaccarsi dalla sua prospettiva per contemplare altri punti di vista sulla realtà.

Al contrario, l'egocentrismo cognitivo si configura per la tendenza a considerare il proprio punto di vista sulle cose come l'unico possibile (Flavell, 1971). La persona, per lo più, prescinde il significato personale di un avvenimento dalle sue caratteristiche oggettive, è incline ad assimilare le nuove informazioni alle proprie convinzioni e ad irrigidirsi nelle proprie posizioni imponendo quelle che sono ritenute le sue verità.

Dal punto di vista strutturale, l'elemento che discrimina un sistema cognitivo rigido da uno flessibile è la povertà o la complessità di alternative per interpretare la realtà.

In sintesi, affinché la comunicazione di qualità possa esprimersi in modo autentico è necessario che i comportamenti verbali e non verbali che la caratterizzano – e dei quali parleremo tra breve – siano supportati da alcune disposizioni di fondo che portano a vivere l'intersoggettività secondo i principi della pari dignità e della valorizzazione reciproca. Diversamente la comunicazione di qualità rischierebbe di tradursi in un mero tecnicismo e di essere utilizzata come strumento di potere e di manipolazione nei confronti dei propri interlocutori.

Premesso questo, possiamo ora ad esplicitare i comportamenti che operativizzano la comunicazione non egocentrica e che consentono di stimare la qualità degli scambi comunicativi nel proprio ambiente di vita.

Facendo riferimento alla tassonomia elaborata da Roche (1997), possiamo individuare i seguenti parametri tipici della comunicazione di qualità.

I. Disponibilità nel recettore

Affinché una comunicazione risulti efficace è fondamentale che ci sia, da parte di chi la riceve, la disponibilità ad accoglierla. Tale disponibilità, che consiste fondamentalmente in un atteggiamento di accettazione dell'interazione, si manifesta, nel ricevente, nella sospensione di altre attività, per centrarsi totalmente sulla fonte comunicativa.

II. Adattabilità e opportunità da parte di colui che inizia

Una comunicazione, per essere efficace, deve essere opportuna.

Così, quando l'emittente decide di avviare una comunicazione, dovrebbe verificare se:

- lo stato d'animo del ricevente è adeguato al contenuto che intende comunicare,
- il contesto consente quel tipo di comunicazione,
- il tempo a disposizione è sufficiente.

III. Empatia

Fa riferimento alla capacità di assumere il ruolo dell'altro nella comunicazione cercando di coglierne la prospettiva e le coordinate concettuali (empatia cognitiva) e le emozioni che si accompagnano ai contenuti espressi (empatia emozionale).

Ciò si traduce in una risposta replicativa in cui il ricevente palesa di aver colto i contenuti e/o le emozioni presenti nel messaggio dell'emittente.

IV. Conferma dell'altro

La capacità di conferma dell'altro costituisce un elemento vitale della comunicazione di qualità. Non è facile operativizzarla in quanto essa è veicolata da tanti canali, particolarmente quelli concernenti la comunicazione non verbale (contatto di sguardo, postura, ecc). La conferma dell'altro presuppone:

- il riconoscere l'altro come persona di pari dignità,
- il riconoscere l'altro come fonte di comunicazione, di informazione e quindi meritevole di attenzione e di interesse.

V. Valorizzazione positiva

A livello psicologico è dimostrato come il mezzo migliore per far sorgere una capacità, un atteggiamento, un comportamento nell'altro è quello di credere e di confidare nella sua possibilità e probabilità.

Per questo sono importanti:

- la valorizzazione positiva dell'altro e dei suoi comportamenti,
- l'attribuzione positiva nei confronti di capacità e comportamenti probabili dell'altro,
- la valorizzazione positiva dei contenuti e del processo della comunicazione.

VI. Ascolto di qualità

Tendenzialmente siamo più portati a parlare che ad ascoltare e ciò consente di affermarci, oltre che manifestarci. Tuttavia la comunicazione di qualità riserva uno spazio importante all'ascolto. Quest'ultimo comporta:

- la decisione di essere il primo ad ascoltare,
- la manifestazione comportamentale di interesse e attenzione (postura, contatto di sguardo, cenni di assenso)
- uno stato di quiete, ossia l'assenza di fretta o di movimenti ansiosi,
- l'espressione di risposte verbali riflettenti ciò che si è ascoltato.

VII. Emissione di qualità

Perché il circuito della comunicazione risulti completo è necessario che un ascolto di qualità sia complementare ad un'emissione di qualità. Questa include:

- un comportamento non verbale sintonico e sincronico rispetto all'interlocutore,
- l'uso di codici accessibili e comprensibili,
- l'uso di feedback rispettosi e costruttivi,
- l'uso di enunciati descrittivi, non valutativi o interpretativi.

VIII. Apertura e autorivelazione

La comunicazione diviene più personalizzata e significativa quando le persone sono capaci di esprimere le proprie percezioni e i propri sentimenti.

Così, l'interazione interpersonale si sviluppa più favorevolmente quando si è consapevoli degli avvenimenti relazionali reciproci e si è in grado di introdursi nella comunicazione facendo presenti le proprie esperienze al riguardo, in modo tale da soddisfare i bisogni socio-affettivi propri ed altrui e costruire, al contempo, rapporti di collaborazione. L'apertura e l'autorivelazione comportano l'uso di:

- enunciati prospettivo-ipotetici, che consistono nella comunicazione di pensieri, idee, convinzioni che scaturiscono dalla riflessione sull'interazione reciproca;
- enunciati espressivi, che riguardano la manifestazione dei propri stati emozionali sperimentati nel corso dell'interazione;
- enunciati appellativi, che concernono l'espressione delle aspettative personali e sociali, ossia degli interessi propri ed altrui.

IX. Rilevanza dei temi

Affinché la comunicazione cresca in significatività è anche importante che i temi trattati abbiano una rilevanza per le persone in interazione. Ciò comporta:

- l'andare al di là di uno scambio comunicativo superficiale;
- il parlare non solo sulle cose, ma anche di se stessi.

X. Verifica e controllo del processo comunicativo

Ultima variabile da considerare nella comunicazione efficace è quella che fa riferimento al controllo del processo comunicativo. Ciò include:

- il verificare gli effetti delle proprie comunicazioni;
- il prevedere spazi per la metacomunicazione volti a chiarificare e situare ciò che sta avvenendo.

Nella tabella che segue sono riportati i dieci parametri appena descritti con i relativi indicatori comportamentali.

TABELLA

Parametri e descrittori della comunicazione di qualità

TASSONOMIA	
I Disponibilità nel recettore	<ul style="list-style-type: none">- Accettazione dell'interazione- Sospensione di altre attività
II Adattabilità e opportunità da parte di colui che inizia	<ul style="list-style-type: none">- Lo stato d'animo del ricevente è adeguato al contenuto che intende comunicare- Il contesto consente quel tipo di comunicazione- Il tempo a disposizione è sufficiente
III Empatia	<ul style="list-style-type: none">- Risposta replicativa in cui il ricevente palesa di aver colto i contenuti e/o le emozioni presenti nel messaggio dell'emittente
IV Conferma dell'altro	<ul style="list-style-type: none">- Riconoscimento dell'altro come persona di pari dignità- Riconoscimento dell'altro come fonte di comunicazione, di informazione e meritevole di attenzione e di interesse
V Valorizzazione positiva	<ul style="list-style-type: none">- Valorizzazione positiva dell'altro e dei suoi comportamenti- Attribuzione positiva nei confronti di capacità e comportamenti probabili dell'altro- Valorizzazione positiva dei contenuti e del processo della comunicazione
VI Ascolto di qualità	<ul style="list-style-type: none">- Decisione di "essere il primo ad ascoltare"- Manifestazione comportamentale di interesse e attenzione (CNV)- Stato di quiete, assenza di fretta o di movimenti ansiosi

	- <i>Espressione di risposte verbali riflettenti ciò che si è ascoltato</i>
VII Emissione di qualità	- <i>Comportamento non verbale sintonico e sincronico rispetto all'interlocutore</i> - <i>Codici accessibili e comprensibili</i> - <i>Enunciati descrittivi, non valutativi o interpretativi</i> - <i>Feedback rispettosi e costruttivi</i>
VIII Apertura e autorivelazione	- <i>Enunciati prospettivo-ipotetici</i> - <i>Enunciati espressivi</i> - <i>Enunciati appellativi</i>
IX Rilevanza dei temi	- <i>Andare al di là di uno scambio comunicativo superficiale</i> - <i>Parlare non solo sulle cose ma di se stessi</i>
X Verifica e controllo del processo comunicativo	- <i>Verificare l'effetto delle proprie comunicazioni</i> - <i>Prevedere spazi per la metacomunicazione volti a chiarificare e situare ciò che sta avvenendo.</i>

Fonte: (adattato da) Roche, 1997, 18

Esaminando i parametri che caratterizzano la comunicazione non egocentrica è possibile rintracciare, quale elemento qualificante di essa, la considerazione positiva e la valorizzazione di entrambi i partner in interazione. Il rispetto verso se stessi e verso l'altro è, infatti, il presupposto da cui muove ogni atto comunicativo. Ne deriva che, per stimare la qualità delle nostre comunicazioni, è necessario chiedersi in che misura esse realizzano il principio della pari dignità tenendo debitamente in conto tanto il valore dell'Io quanto quello del Tu.

Infatti, la valorizzazione di uno dei due poli della relazione a scapito dell'altro porterebbe inevitabilmente ad assumere posizioni non funzionali alla costruzione di un'intersoggettività matura e solidale, in cui ciascuno sia in grado di rispondere responsabilmente ai propri bisogni e a quelli degli altri.

Riteniamo, inoltre, che, poiché l'uomo non è un essere centrato su se stesso, né fine a se stesso, ma è un essere in relazione che trascende se stesso, solo un'intersoggettività vissuta autenticamente nel Noi può consentirgli di realizzare appieno la sua personalità.

Bibliografia

- BECCIU M., COLASANTI A. R. (a cura di) (1999) *Educare alla solidarietà*. AIPRE. Roma.
- BONINO S. et al. (1998) *Empatia*. Giunti. Firenze
- BOWLBY J. (1976) *Attaccamento e perdita*. Boringhieri. Torino.
- FLAVELL G. H. (1971) *La mente dalla nascita all'adolescenza nel pensiero di J. Piaget*. Astrolabio. Roma.
- FRANTA H (1984) *Psicologia della personalità. Individualità e formazione integrale*. LAS. Roma.
- FRANTA H., SALONIA G. (1981) *Comunicazione interpersonale*. LAS. Roma.
- MIZZAU M. (1974) *Comunicazione interpersonale*. Il Mulino. Bologna
- ROCHE R. (1997) *La condotta prosociale. Basi teoriche e metodologiche di intervento*, in "Terapia del comportamento", 1. Bulzoni. Roma