

Dal coach al couch



I miei genitori sono morti troppo presto. Altrimenti avrebbero senz'altro festeggiato insieme le nozze d'oro. Ho comunque avuto numerosi zii e zie che hanno potuto raggiungere questo traguardo ed alcuni nostri parenti hanno addirittura celebrato le nozze di diamante. Per loro la promessa «finché morte non ci separi» non era

una frase palesemente vuota di significato, e lo stesso vale per molti genitori di coloro che sono nati negli anni del baby boom. Per questi ultimi il bilancio appare invece più in chiaroscuro. Il sacro vincolo eterno ha visto un'erosione sempre maggiore: in Germania nel 1966 il tasso di divorzio era pari al 10,7% mentre, in termini puramente statistici, nel 2019 un matrimonio su tre si concludeva davanti ad un giudice. La durata media del matrimonio era poco meno di 15 anni; passando 5-9 anni dai fiori d'arancio si registravano numerosi divorzi, ma un numero di gran lunga ancora maggiore dopo 26 anni, ossia dopo le nozze d'argento. In Svizzera le statistiche sono analoghe. La maggiore frequenza di divorzi si verifica dopo una durata del matrimonio superiore ai 15 anni. La cosa mi ha un po' sorpreso. Nel 1970 il tasso di divorzi qui in Svizzera era pari al 15,4%, nel 2019 aveva raggiunto il 41,1%. Negli anni precedenti sono stati probabilmente toccati picchi anche maggiori, ma alla luce di dati tanto catastrofici è davvero difficile trovare una conferma alla tanto sbandierata idea romantica del vincolo eterno. In questa sede non intendo certo approfondire i motivi alla base di tali tendenze. Esistono senz'altro numerosi approcci plausibili per spiegare questo fenomeno. Vorrei invece soffermarmi su un altro aspetto. Sembra che l'avvento delle terapie di coppia non è evidentemente riuscito ad arrestare o invertire questa tendenza.

Se in passato il matrimonio andava in pezzi, marito e moglie riuscivano in qualche modo a trovare una soluzione da soli, oppure rimettevano insieme i cocci – non di rado anche forzatamente, e non di rado per motivi materiali. Eppure non si avvalevano ancora di alcun tipo di consulenza matrimoni, inoltre facevano ricorso solo in rarissimi casi. Tutt'al più si ricercavano forse i servigi di un consulente fiscale, anche se ciò avveniva soprattutto per le coppie delle classi più agiate. Di norma però tutte le questioni venivano risolte entro le mura domestiche: la normalità era questa, non è che si fosse costretti a fare così per carenza di alternative o di offerte, come oggi molti sostengono con una certa supponenza. Ma lasciamo da parte il tema emotivamente delicato e anche poco piacevole dei matrimoni in bilico o in frantumi. Mi interessa piuttosto parlare delle nuove «professioni» i cui esponenti dichiarano di voler rendere più semplici le

nostre vite, creando al contempo lucrative possibilità di guadagno con cui riempire le loro tasche. Alcuni esempi?

Coach dappertutto

La schiera dei coach è pressoché sconfinata e abbraccia gli ambiti più disparati: moda, life, style, lifestyle, nutrizione, ogni tipo di crisi, fitness o dimagrimento. Il consulente del lavoro oggi si chiama career coach, e se il coaching matrimoniale non funziona o se nella vita ci preoccupa qualcos'altro che, dietro consiglio di un coach, dovremmo superare piuttosto con un aiuto esterno, c'è un coach che ci indica la terapia giusta o il giusto lettino (couch) dello psicoterapeuta su cui poi possiamo tirare fuori tutto quello che ci assilla. Il processo di trasformazione in una società dei servizi ha dato vita a figure professionali in merito alle quali i miei genitori avrebbero probabilmente scosso la testa con veemenza. Internet ha poi impresso a questo cambiamento un'ulteriore accelerazione, dando la stura a ulteriori campi professionali e di attività. Oggi i terapisti online offrono (elenco molto selettivo e di gran lunga non esaustivo) ad es. terapie muscolari meridiane, magnetoterapie, psicoterapie non direttive, pitturaterapia, arteterapia, terapia creativa e chi più ne ha più ne metta. Ci sono poi spiritual coach, coach sciamanico-spirituali, fino ad arrivare all'ipnosi. Chi lo desidera può peraltro seguire un corso per diventare spiritual coach – con rilascio di apposito certificato, si capisce. Non voglio certo prendermi gioco di queste figure professionali, ma trovo ostico comprendere che ormai veniamo quasi educati fino da piccoli a cercare questi aiuti, senza provare ad aiutarci da soli e avere maggiore fiducia in noi stessi. In passato le vedove vestivano in nero in segno di lutto per un anno dopo la morte del marito, e non di rado trascorrevano un ulteriore anno in semilutto. Oggi chi resta in lutto per più di 14 giorni è considerato probabilmente malato e quindi bisognoso di una terapia di elaborazione del lutto da parte di un apposito coach. Nella mia veste di economista ho davvero difficoltà a pensare che tutti questi nuovi campi professionali possano essere classificati come creazione di valore, al pari di tutto ciò per cui esiste una domanda che genera flussi di denaro. Ovviamente Keynes sarebbe in forte disaccordo.

Storie di Photoshop e di influencer

Ma il top della categoria dei life coach è rappresentata dai cosiddetti influencer. Wikipedia descrive queste persone come... «individui che, in virtù della loro forte presenza ed elevata reputazione sui social network, sono idonei come testimonial per attività di pubblicità e di marketing». In fondo queste figure esistevano già in passato, ma la loro visibilità e il loro raggio di azione era infinitesimale rispetto a quanto possibile nell'era di Internet. Un tempo, la scelta di indossare jeans Levi's, Mustang oppure Wrangler dipendeva anche dalla marca

Dal coach al couch

portata dal proprio migliore amico o dai propri idoli più o meno dichiarati. Seppure nel loro piccolo, questi modelli di riferimento erano comunque autentici, veri e coinvolgenti, e non artificiali, virtuali e costruiti a tavolino – soprattutto, non erano «photoshoppati» e non dettavano in modo serrato il ritmo della nostra vita. Oggigiorno, personaggi abbelliti con Photoshop ci danno consigli per cambiare il nostro stile, ci raccomandano prodotti, ci chiedono: «Hai mai pensato a quante volte fai o non fai questo e quello durante la tua giornata?» Sebbene il buonsenso dovrebbe dirci che in fondo le cose non vanno così male finché abbiamo la nostra vita sotto controllo e che si tratta di una nostra decisione volontaria, questa domanda ci insinua il tarlo del dubbio che la nostra vita non sia bella come potrebbe essere, inducendoci non tanto a scegliere di fare o non fare qualcosa quanto creando in noi una situazione di vero e proprio disagio. Come il povero marito in una scena ormai classica del comico e cartoonist tedesco Loriot (<https://www.youtube.com/watch?v=luobpte4ndQ>), che in realtà vorrebbe soltanto starsene beatamente seduto in poltrona e viene rimproverato dalla moglie di non fare quello che più gli piace. Ebbene, oggi a dirci queste cose è il coach o l'influencer. E così creiamo nuovi valori. Ad esempio rivoluzioniamo il nostro outfit, perché non possiamo certo andare più in giro come prima. Strutturiamo la nostra giornata come il nostro eroe o la nostra eroina in rete, photoshoppiamo le nostre foto-profilo o anche altre fotografie e, se tutto questo non basta, ci rivolgiamo al chirurgo plastico (in questo campo noi Svizzeri siamo quasi campioni del mondo) oppure all'ennesimo coach. Se poi ancora tutto questo non sortisce l'effetto auspicato e le più astruse diavolerie non sono in grado di darci la felicità, resta sempre la strada del lettino (couch, appunto) dello psicologo. Terapie e coaching si sono ormai affermate da tempo come un business altamente redditizio. Resta solo da sperare che infermiere e infermieri, sottopagati e completamente oberati, non decidano di seguire un corso per diventare coach della guarigione. La loro creazione di valore pro capite registrerebbe di sicuro un aumento esponenziale. Ci mancherebbero molto, ma almeno avrebbero un reddito decente.

Martin Neff, Economista capo di Raiffeisen

Dal coach al couch

Importanti note legali

Esclusione di offerta

I contenuti della presente pubblicazione vengono forniti esclusivamente a titolo informativo. Essi non costituiscono dunque né un'offerta agli effetti di legge né un invito o una raccomandazione all'acquisto, ovvero alla vendita, di strumenti di investimento. La presente pubblicazione non rappresenta né un annuncio di quotazione né un prospetto di emissione ai sensi dell'art. 652a o dell'art. 1156 CO. Le condizioni complete applicabili e le avvertenze dettagliate sui rischi relativi a questi prodotti sono contenute nel rispettivo prospetto di quotazione. A causa delle restrizioni legali in singoli paesi, tali informazioni non sono rivolte alle persone la cui nazionalità o il cui domicilio si trovi in un paese in cui l'autorizzazione dei prodotti descritti nella presente pubblicazione sia soggetta a limitazioni.

La presente pubblicazione non ha lo scopo di offrire all'investitore una consulenza in materia d'investimento e non deve essere intesa quale supporto per le decisioni d'investimento. Gli investimenti qui descritti dovrebbero essere effettuati soltanto dopo un'adeguata consulenza Clientela privata e/o dopo l'analisi dei prospetti informativi di vendita vincolanti. Decisioni prese in base alla presente pubblicazione avvengono a rischio esclusivo dell'investitore.

Esclusione di responsabilità

Raiffeisen Svizzera società cooperativa intraprenderà tutte le azioni opportune atte a garantire l'affidabilità dei dati presentati. Raiffeisen Svizzera società cooperativa non fornisce tuttavia alcuna garanzia relativamente all'attualità, all'esattezza e alla completezza delle informazioni contenute in questa pubblicazione.

Raiffeisen Svizzera società cooperativa non si assume alcuna responsabilità per eventuali perdite o danni (diretti, indiretti e consecutivi), causati dalla distribuzione della presente pubblicazione o dal suo contenuto oppure legati alla sua distribuzione. In particolare, non si assume alcuna responsabilità per le perdite derivanti dai rischi intrinseci ai mercati finanziari.

Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria

La presente pubblicazione non è il risultato di un'analisi finanziaria. Le «Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria» dell'Associazione Svizzera dei Banchieri (ASB) non trovano pertanto applicazione in questa pubblicazione.