

Il modello ABC (Attivazione, Credenza, Conseguenza) è uno strumento potente derivato dalla terapia comportamentale e cognitiva (TCC) che permette di comprendere e modificare i legami tra i nostri pensieri, le nostre emozioni e i nostri comportamenti. Sviluppato dallo psicologo Albert Ellis negli anni '50, questo modello parte dal principio che non sono gli eventi in sé a determinare le nostre reazioni emotive e comportamentali, ma piuttosto l'interpretazione che ne facciamo.  
  
Secondo il modello ABC, quando siamo confrontati con un evento attivante (Attivazione), sviluppiamo una credenza (Credenza) su questo evento, che a sua volta influenza le nostre conseguenze emotive e comportamentali (Conseguenza). Per esempio, immaginiamo che Sophie faccia domanda per un lavoro e non sia scelta per la posizione (evento attivante). Se interpreta questo rifiuto come una prova della sua incompetenza (credenza), rischia di provare vergogna e scoraggiamento (conseguenze emotive), e potrebbe decidere di non fare domanda per altre offerte (conseguenza comportamentale).  
  
L'interesse del modello ABC è di aiutarci a prendere coscienza del ruolo centrale delle nostre credenze nel nostro benessere e nella nostra efficacia. Infatti, le nostre credenze agiscono come un filtro attraverso cui interpretiamo il mondo, e possono essere adeguate o inadeguate, razionali o irrazionali. Le credenze inadeguate, spesso basate su distorsioni cognitive come la generalizzazione eccessiva o il pensiero dicotomico (vedi sottomodulo 2.4), possono mantenerci in cicli emotivi e comportamentali negativi.  
  
Riprendiamo l'esempio di Sophie. La sua credenza secondo cui un rifiuto professionale è una prova della sua incompetenza è inadeguata e irrazionale. Non tiene conto dei numerosi fattori che possono influenzare una decisione di assunzione (profilo degli altri candidati, bisogni specifici dell'impresa, ecc.) e generalizza eccessivamente una situazione specifica all'insieme del suo valore professionale. Identificando e mettendo in discussione questa credenza limitante, Sophie potrebbe sviluppare un'interpretazione più sfumata e costruttiva della situazione, come "Questo rifiuto è deludente ma non mette in discussione le mie competenze. Continuerò a fare domanda e a migliorare la mia candidatura".  
  
Il modello ABC è particolarmente utile per sviluppare una mentalità di crescita. Infatti, una mentalità fissa è spesso mantenuta da credenze limitanti e irrazionali, come "Il fallimento è una prova della mia incapacità" o "Devo essere perfetto per avere valore". Imparando a identificare e a sfidare queste credenze, possiamo progressivamente sostituirle con convinzioni più adeguate e gratificanti, come "Il fallimento è un'opportunità di apprendimento" o "Posso migliorare con sforzo e pratica".  
  
Luc, un imprenditore, aveva la tendenza a interpretare ogni difficoltà incontrata nel suo progetto come un segno che non era fatto per intraprendere (credenza limitante). Questa credenza generava in lui stress, dubbi e una tendenza a procrastinare (conseguenze emotive e comportamentali), rafforzando così una mentalità fissa. Grazie al modello ABC, Luc ha imparato a mettere in discussione questa credenza e a sostituirla con una convinzione più razionale e costruttiva: "Le difficoltà fanno parte del processo imprenditoriale e mi permettono di sviluppare le mie competenze". Questo cambiamento di mentalità gli ha permesso di affrontare le sfide con più fiducia, perseveranza e creatività.  
  
Come coach di mentalità, puoi utilizzare il modello ABC per aiutare i tuoi clienti a prendere coscienza delle loro credenze limitanti e a trasformarle in convinzioni più potenzianti. Puoi guidarli nell'identificazione dei legami tra gli eventi attivanti, le loro interpretazioni e le conseguenze che ne derivano, utilizzando domande come: "Quale significato dai a questa situazione?", "Questa credenza ti aiuta a raggiungere i tuoi obiettivi?", "Quale sarebbe un modo più costruttivo di interpretare questo evento?".  
  
Puoi anche incoraggiarli a sperimentare nuove credenze e a osservare il loro impatto sulle loro emozioni e comportamenti. Ad esempio, puoi loro proporre di sostituire una credenza limitante con un'affermazione positiva e di annotare i cambiamenti percepiti nel corso dei giorni. Questo approccio esperienziale favorisce l'ancoraggio degli apprendimenti e lo sviluppo sostenibile di una mentalità di crescita.  
  
Il modello ABC è uno strumento prezioso per comprendere e trasformare il nostro rapporto con il mondo e con noi stessi. Aiutandoci a prendere coscienza del ruolo centrale delle nostre credenze nel nostro benessere e nella nostra efficacia, ci fornisce le chiavi per sviluppare una mentalità più gratificante e resiliente. Come coach, il tuo ruolo è di accompagnare i tuoi clienti in questo processo di esplorazione e trasformazione cognitiva, offrendo loro uno spazio benevolo e stimolante per sperimentare nuovi modi di pensare e agire. Aiutandoli a diventare gli architetti del loro proprio cambiamento, permetti loro di liberare il loro pieno potenziale e di vivere una vita più allineata con le loro aspirazioni profonde.  
  
Punti da ricordare :  
  
1. Il modello ABC (Attivazione, Credenza, Conseguenza) è uno strumento derivato dalla terapia comportamentale e cognitiva (TCC) che ci permette di comprendere i legami tra i nostri pensieri, emozioni e comportamenti.  
  
2. Secondo questo modello, non sono gli eventi in sé a determinare le nostre reazioni, ma l'interpretazione che ne facciamo attraverso le nostre credenze.  
  
3. Le nostre credenze agiscono come un filtro attraverso cui interpretiamo il mondo e possono essere adeguate o inadeguate, razionali o irrazionali.  
  
4. Le credenze inadeguate, spesso basate su distorsioni cognitive, possono mantenerci in cicli emotivi e comportamentali negativi.  
  
5. Il modello ABC è particolarmente utile per sviluppare una mentalità di crescita identificando e sfidando le credenze limitanti.  
  
6. Come coach di mentalità, puoi utilizzare il modello ABC per aiutare i tuoi clienti a prendere coscienza delle loro credenze limitanti e a trasformarle in convinzioni più costruttive.  
  
7. Puoi guidare i tuoi clienti nell'identificazione dei legami tra gli eventi, le loro interpretazioni e le conseguenze che ne derivano, utilizzando domande specifiche.  
  
8. Incoraggia i tuoi clienti a sperimentare nuove credenze e a osservare il loro impatto sulle loro emozioni e comportamenti per favorire l'ancoraggio degli apprendimenti e lo sviluppo sostenibile di una mentalità di crescita.