

Titolo: Il gusto del potere**Autore: Stefano Gheno –**

Pagina n.	Commento
11	Il potere si manifesta non impedendo agli altri ma permettendo
11	Libro dedicato a chi ancora ricerca non a chi è totalmente soddisfatto o a chi ha smesso di ricercare
12	Il potere autentico genera potere, e non ha limiti, in questo sta il bello del lavorare moderno, nell'inquietudine e nell'incertezza
13	Il potere non di uno su un altro, ma il potere in noi, da usare poi con qualcun altro
15	Psicologia di comunità
15	Occuparsi della debolezza con la cultura della forza (no all'assistenzialismo)
16	Orientamento ai desideri e non ai bisogni, alle opportunità e non ai problemi, all'aggiunta di possibilità e non solo all'oscillazione tra stabilità e cambiamento
21	Sono potenti le aziende in cui le persone si sentono potenti
22	Abituati alla cultura del bisogno, mancanza, malessere siamo falsificatori sulle cose belle e piacevoli
22	Si vive e si cresce alimentandoci di riconoscimenti e di gratificazioni
23	Nella natura dell'empowerment c'è l'aggiunta e non la sostituzione
23	Processo di possibilizzazione, terzo polo tra stabilità e cambiamento
27	empowerment come metodologia di passaggio dal percepito impossibile al possibile realizzato
28	Applicazione della cultura paterna, utilizzo risorse e capacità a supporto delle aree di debolezza
30	Aziende capaci sia di tradizione che di innovazione
33	Locus of control – luogo dov'è inserito il controllo tra il comportamento/agito e le sue conseguenze. Questo luogo deve essere interiore
34	Evitare prospettive passivizzanti
35	Le proprietà di un fatto derivano dalla relazione con tutti gli altri
36	Padroneggiare le situazioni di disagio e arricchire le proprie capacità di adattamento
37	Società: costruito artificiale su basi utilitaristiche – Comunità: ha vita organica propria che si basa sulla comprensione e sulla confidenza tra i suoi membri
40	Il tipo di rapporto che una persona ha con il rapporto con un oggetto o una persona – rapporto di secondo livello
45	Natura "generativa" del lavoro
46	L'azienda sopravvive senza azionisti, senza lavoratori (ne trova altri) ma mai senza clienti
46	Soggetti non dipendenti ma costituenti un'azienda
47	L'eroticità della generazione e dell'innovazione prevale sulla resistenza
48	Il lavoro viene bene se c'è emozione e se vale la pena di emozionarsi
61	L'empowerment nasce dalla tensione positiva e non dal senso di mancanza
65	Nel film della pensabilità si ha sia il ruolo di regista che di attore protagonista
69	Le difficoltà come mancanza di fiducia nel rapporto con lo specifico oggetto e non di fiducia in sé stessi
71	Depressione: focalizziamo mentalmente l'immagine estrema di una persona che, in una particolare area e momento della sua vita, non riuscisse a mobilitare la propria energia, non avesse desideri, non fosse motivata, non nutrisse speranze, non coltivasse progetti, non avesse fiducia nelle proprie capacità, non avesse voglia di niente. Questa persona in quel campo e in quel momento, avrebbe conseguenze concrete simili a quelle di chi fosse completamente privo di potere relazionale: non potrebbe generare risultati, non potrebbe lavorare per un futuro migliore proprio e altrui
72	Autoefficacia – fiducia di saper trovare le risorse migliori tra quelle di cui si dispone
72	Collocazione interna della causalità (interior locus of control)
72	Pensiero positivo operativo: legato all'azione e quindi durevole nel tempo
72	Responsabilità e protagonismo: il proprio vissuto è determinato dalle proprie scelte
73	Sentirsi re sulla scacchiera della vita che conta – la mia
73	Autotest empowerment
74	Per la costruzione di un desiderio serve una laboriosa attività. Un desiderio fermo da anni non è un desiderio
76	ZBB Zero Base Budget: immaginarsi tra 3-5 anni in un posto nuovo – estero- senza problemi di lingua e senza gli attuali affetti, come vorremmo essere?
80	Aggiungere più che cambiare

81	Imparare dai successi
85	Incoraggiamento alla sperimentazione e alla possibilità di sbagliare
85	Superamento della rigida separazione tra sfera lavorativa e sfera personale
85	Responsabilizzazione accentuata e richiesta
93	L'unità basica dell'empowerment è l'individuo e il suo rapporto con il suo contesto
96	Creare aggregazione intorno ad un controllo psicologico condiviso, che risponda a domande come "perché fare fatica? perché rischiare?" Con una vision positiva al limite del possibile
98	La finalità operativa di un processo formativo è quella di aprire nuove possibilità
98	Il formatore è il facilitatore, il soggetto è il protagonista
99	Né cambiamento né stabilità, ma un terzo tipo di variazione che è quella dell'aumento di possibilità a cui si può attingere
99	Processo di apprendimento, fattori in gioco: <ol style="list-style-type: none"> 1. risorse esterne 2. risorse interne 3. ostacoli storici da aggirare 4. pensabilità nuove da aprire e rendere positive 5. desideri da mobilitare 6. esigenze di cui tenere conto
99	Componenti formativi dell'empowerment: <ol style="list-style-type: none"> 1. formazione orientamento: costruzione di nuova pensabilità 2. formazione competenza: acquisizione di competenza, metodologia, strumenti 3. formazione elaborazione: aggirare i propri ostacoli 4. formazione azione: sperimentare in modo reversibile la pensabilità
100	Formatore è un organizzatore di concentrazione di risorse per l'apprendimento, quindi un facilitatore
100	Formazione orientamento: materializzare la pensabilità con persone testimoni, che l'abbiano già applicata
101	Rendere il soggetto bello nel futuro
101	Formazione competenza: non partire dalle basi per arrivare solo al termine al prodotto finito, ma usare la pensabilità positiva come leva
102	Ricollegare spesso la fatica, alla mobilitazione iniziale dettata dal desiderio (pensare a cosa si fa per un uomo o una donna desiderata)
102	Dare feedback per riconoscere ciò che si è realizzato e non solo ciò che manca
102	Formazione elaborazione: finalità, aiutare ad aggirare gli ostacoli personali, mobilitando risorse ed energie positive
103	Discussione di gruppo + consulenza individuale
103	Ricerca della forza con cui contrastare la debolezza
104	Formazione azione: primo livello solo simbolica, con l'obiettivo di provocare un'esperienza positiva di successo
104	Caccia al punto di forza e facilitazione alla sperimentazione di successo
105	L'analisi dei bisogni è l'analisi dei "gap" lacune, mentre l'analisi dei desideri è la parte positiva
106	Con la rivitalizzazione delle risorse esistenti si possono generare/sostituire risorse mancanti, con quello che non c'è non si può fare niente
106	Analisi dei bisogni come analisi dei punti di arrivo, dell'auspicato
107	Studiare non ciò che manca, ma ciò ch già c'è per potenziare, aggiungere e facilitare
108	Rimobilitare l'io desiderante
109	Il formatore tradizionale si occupa dei bisogni di cliente e ha bisogno dei suoi bisogni
109	Il formatore empowering si occupa della forza dei suoi partecipanti e dei desideri, stipula un'alleanza con loro
109	Partecipanti bisognosi, formatore bisognoso = onnipotente
109	Passaggio da cambiamento ad aggiunta di possibilità
109	Lasciare la trasformazione da nuova possibilità a cambiamento nelle mani dei partecipanti
110	Stabilità e cambiamento due polarità troppo fisse se considerate da sole e senza alternative
110	Costruire una comunicazione generativa con i partecipanti, cioè comunicazione che genera comunicazione e genera crescita
113	Comunicazione che genera novità: generativa
113	Il dovere di capirsi e di condividere è quasi un incubo, la comunicazione generativa per crescere è

	qualche cosa di meglio di quella confermativa o scambiativi
115	Dare spazio alla comunicazione generativa e toglierlo alla confermativa e alla scambiativi
115	Valorizzare elementi contraddittori
116	“Quante volte ha già detto o si è già detto queste cose in questo modo?”
118	Rapporto di secondo livello: rapporto con il proprio rapporto
118	Approccio al cambiamento agisce sui rapporti di primo livello, con le relazioni interpersonali e con gli oggetti
118	Approccio all’empowerment lavora sui rapporti con i rapporti di primo livello, considerandoli come dati di partenza su cui lavorare
118	Non ci è abituale lavorare sui rapporti con le nostre relazioni
119	Il facilitatore di self-empowerment lavora attorno allo “spingere a” – “connettere con”
119	Accoppiare la funzione desiderante con quella problematizzante
123	Non abbattere il muro, ma cercare porte, valutarne l’altezza, passarci sotto o girarci intorno
123	Accoppiare l’io desiderante al bisogno per generare il desiderio orientato
131	Prima sperimentazione molto piccola ma significativa a livello simbolico
132	La responsabilità della scelta aumenta se la scelta è fatta tra più possibilità
132	Mettere l’accento non sulle difficoltà di scelta, ma sulle molteplicità delle possibilità tra cui scegliere
143	Bisogno orientato al passato e alle lacune “bisogno di mangiare” non aver mangiato Desiderio orientato al futuro “desiderio di una bella cena” quei piatti, quegli amici
143	Bisogno associato alla frustrazione, desiderio alla soddisfazione
143	I bisogni sono imprescindibili I desideri sono interscambiabili
143	Il bisogno è subito, il desiderio è vissuto e responsabilizzato
145	Trattare i desideri come se fossero solo bisogni porta a vivere da “poveri”
147	Il trainante fondamentale è il desiderio generante, cioè di generare ciò che altrimenti non ci sarebbe
156	Si considera il cambiamento più nei contenuti “cosa” che nei modi “come”
160	Tipologia di cambiamento
165	Processo armonico (democrazia post Franco spagnola)
167	Processo costituzione del 3° polo – fattoria/grattacielo
171	Vivere secondo un modello di pluralità et/et invece che secondo un modello di unilateralità aut/aut
172	Processo strumentalità
173	Le prime automobili, autostrade, computer, ricerche di mercato si disse serviranno a poco
173	Se un giorno vorrai vivere sulle stelle, manda ora una piattaforma in orbita, per il momento ti darà solo informazioni, ma domani potrà costituire un nuovo modo di vivere
173	Il nuovo salto di piano fa apparire il nuovo impianto come qualcosa di esagerato
174	Agire quando le condizioni sembrano non ancora mature
175	Percorso possibilizzante: processo possibilizzante; desideri, sogni realistici, opportunità e non bisogni, problemi, necessità
175	Crucialità dell’energia desiderante più potente di quella bisognosa
176	Ristrutturazione della propria vita per far posto alla nuova possibilità
176	Quanto più è notevole il vantaggio evidente tanto più rapido è l’effetto moltiplicatore che porta al cambiamento