

creatuse

GUIDA:

Creative Problem Solving

e

**Programmazione Neuro-Linguistica
per Stili di Vita Urbani di Condivisione**



Erasmus+

IL PROGETTO

CREATive Urban Sharing in Europe è un progetto internazionale di durata biennale, dal 2015 al 2017, co-finanziato dalla Commissione europea.

Il partenariato è composto da una serie di soggetti appartenenti a Paesi diversi, selezionati per la complementarità dei profili e delle competenze: un'associazione, una fondazione, un ente di formazione professionale privato, un organismo governativo, un comune capitale, un'università.

Maggiori informazioni sul progetto sono disponibili sul sito: www.creatuse.eu

I PARTNERS DEL PROGETTO

YOUTH EUROPE SERVICE (ITALY)

AIDLEARN, CONSULTORIA EM RECURSOS HUMANOS LDA. (PORTUGAL)

EURO-IDEA FUNDACJA SPOLECZNO-KULTURALNA (POLAND)

KIRSEHIR VALILIGI (TURKEY)

AGENCIA PARA EL EMPLEO DE MADRID (SPAIN)

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO (ITALY)

INOVA CONSULTANCY LTD. (UK)

LA GUIDA

La guida "*Creative Problem Solving e Programmazione Neuro-Linguistica per Stili di Vita Urbani di Condivisione*" è una pubblicazione interattiva sul ruolo della CREATIVITA' e sull'approccio alla Programmazione Neuro-Linguistica utile sia per sperimentare questo approccio sia per imparare a pensare fuori dai consueti schemi cognitivi. Questo approccio, infatti, può influenzare stili di vita alternativi sulla condivisione in contesti urbani.

La Guida è composta da 4 capitoli, è corredata da esercizi ed è integrata da una sezione multimediale ricca di link a siti web per un maggiore approfondimento.

La pubblicazione è destinata a diverse tipologie di utenti: scuole, istituti di istruzione superiore, comuni e amministrazioni pubbliche, comitati di cittadini, chiunque sia interessato ad adottare stili di vita sostenibili.

La guida è disponibile in inglese, spagnolo, italiano, portoghese, turco e polacco.

CREDITI

Elaborazione grafica	Youth Europe Service Inova Consultancy UK
Elaborazione dei contenuti web	Agencia Para el Empleo de Madrid
Videografia	Kirşehir Valiliği
Elaborazione dei contributi	AidLearn, Consultoria em Recursos Humanos Lda. Euro-Idea Fundacja Społeczno-Kulturalna
Revisione dei contenuti e approccio metodologico	Università degli Studi Di Bari Aldo Moro
Design e layout	Euro-Idea Fundacja Społeczno-Kulturalna
Traduzione	Università degli Studi Di Bari Aldo Moro, Youth Europe Service
Correzione delle bozze	Università degli Studi Di Bari Aldo Moro

INDICE

INTRODUZIONE	6
CAPITOLO 1 - La metodologia del Creative Problem Solving	9
Cos'è il Creative Problem Solving?	9
Creative Problem Solving: le parole chiave	11
Perché il Creative Problem Solving è importante?	12
La struttura del Creative Problem Solving	13
I principi del Creative Problem Solving	15
A proposito di creatività	17
Apprendere la creatività	20
CAPITOLO 2 - La metodologia del Creative Problem Solving per stili di vita urbani di condivisione: pensiamo in modo creativo e sostenibile	22
Creative Problem Solving e stili di vita urbani	22
Pensiero creativo: pratica, esercizi e strumenti	23
Esercizi per le competenze creative	24
Immagini casuali	24
Metodologia per costruire le competenze del pensiero creativo	28
Think outside the box	29
Approccio al pensiero creativo collettivo	32
Pensiero parallelo	32
Tecniche di pensiero collettivo su questioni complesse	34
Sei cappelli per pensare	34
CONSIDERAZIONI FINALI	43

INDICE

CAPITOLO 3 - La Programmazione Neuro-Linguistica	44
Introduzione	44
Cosa significa l'acronimo PNL?	46
Ma cos'è realmente la Programmazione Neuro-Linguistica?	47
I principi basilari della Programmazione Neuro-Linguistica	48
Comprendere i paradigmi e la produzione di senso	50
I presupposti della Programmazione Neuro-Linguistica	50
Neuroplasticità	52
Il modello comunicativo della Programmazione Neuro-Linguistica	53
Sviluppo di strategie comunicative attraverso la PNL	56
Cos'è una relazione?	60
Scheda di accesso oculare	62
Il linguaggio chiaro	63
CAPITOLO 4 - La PNL per stili di vita urbani di condivisione	64
L'uso della PNL per stili di vita urbani di condivisione	64
I valori della PNL nell'economia urbana condivisa	65
L'applicazione della PNL in contesti reali	67
Esercizio: progetti di condivisione in contesti urbani	69
La PNL per stili di vita urbani di condivisione: sviluppo di esempi	71
CONCLUSIONI	74
BIBLIOGRAFIA	75
CONTENUTI WEB	76
VIDEOGRAFIA	77

INTRODUZIONE

CREATUSE



I progetto CREATUSE nasce dalla considerazione di quattro aspetti fondamentali:

1 la proporzione di **POPOLAZIONE** che sceglierà di vivere in aree **URBANE** in Europa nei prossimi anni supererà l'80% (rif. Agenzia europea dell'ambiente).

2 la **PARTECIPAZIONE ATTIVA** e l'**INCLUSIONE SOCIALE** hanno acquisito una sempre maggiore importanza soprattutto nel favorire il cambiamento del modo di relazionarsi tra i cittadini che vivono nella stessa area ur-

3 la **CONDIVISIONE** (detta **SHARING**) ed il **CONSUMO COLLABORATIVO** possono diventare stili di vita alternativi, sia stimolando la condivisione di prodotti e servizi e promuovendo la sostenibilità sia riducendo la propensione al possesso individuale e al consumismo esasperato,

4 la **CREATIVITÀ** è una competenza essenziale che può essere appresa attraverso una specifica metodologia, che parte dalla comprensione dell'importanza del cosiddetto creative problem solving nella vita quotidiana e dall'utilizzo di soluzioni alternative e pratiche utili a testare ed imparare a pensare fuori dagli usuali schemi cognitivi.



I ruolo della creatività in questo contesto è essenziale.

La “SHARING” è, di fatto, un ripensamento in chiave creativa di stili di vita che, altrimenti, non sarebbero più sostenibili.

La metodologia introdotta dal progetto CREATURE si riferisce, infatti, alla ricerca di approcci alternativi agli sprechi e agli eccessi della società consumistica in cui viviamo, al fine di preservare l'ambiente, in particolare nei contesti urbani.

Di seguito un estratto della descrizione del progetto, che riassume gli aspetti chiave dell'approccio utilizzato.

Il PROGETTO riguarda l'apprendimento della creatività in contesti urbani grazie al miglioramento delle competenze di base e trasversali dei cittadini.

I beneficiari, infatti, sono gli adulti che vivono in contesti urbani e che desiderano trovare modalità creative ed alternative per sentirsi più attivi, connessi con il vicinato, e che cercano opportunità lavorative di tipo imprenditoriale, come per es. l'imprenditoria sociale.



Questa guida interattiva introduce la metodologia del Creative Problem Solving (CPS) e della Programmazione Neuro-Linguistica (PNL).

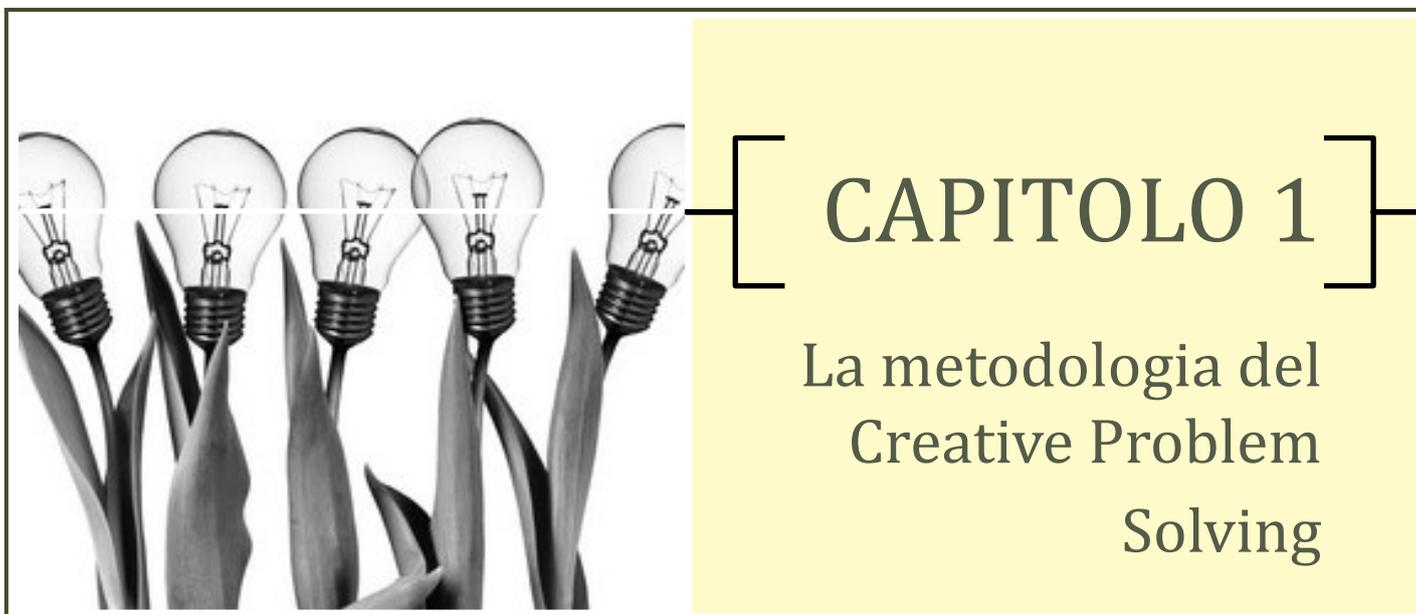
Il valore aggiunto di queste metodologie è da ricondursi all'utilizzo di tali tecniche in riferimento ai concetti di sostenibilità, partecipazione attiva e imprenditorialità in ambito sociale.

L'innovatività di questa guida consiste nello sforzo di applicare collegare tali tecniche a situazioni empiriche a livello urbano e, conseguentemente, nel fornire alle diverse tipologie di stakeholders nuove modalità per migliorare il benessere collettivo. Come già indicato in un'altra guida creata nell'ambito di questo progetto, la sharing economy ed il consumo collaborativo possono rappresentare alternative desiderabili rispetto agli standard esistenti, in particolare se volti a favorire scenari non-capitalistici, dove al centro ci sono le persone, la sostenibilità e la condivisione delle risorse.

Nello specifico, la metodologia del CPS si basa su un approccio multi-disciplinare, che implica la capacità di utilizzare la creatività come abilità critica nell'affrontare situazioni difficili. Attraverso il CPS, chiunque può essere stimolato all'uso della creatività per risolvere i problemi, a

partire da quelli quotidiani. Alla base della guida risiede la convinzione che il CPS possa essere utilizzato estensivamente anche in aree critiche dello sviluppo socio-economico e in ambito istituzionale in Europa, come per es. urbanizzazione, cittadinanza attiva, sostenibilità e consumismo.

La PNL è un sistema di "life coaching" che approccia alla comunicazione, allo sviluppo personale, alla psicoterapia, sviluppato in USA negli anni '70. Il nome deriva dalla considerazione che ci sia una connessione fra i processi neurologici (neuro), il linguaggio (linguistico) e gli schemi comportamentali derivanti dall'esperienza (programmazione), e che questi schemi possono essere organizzati per raggiungere determinati obiettivi nella propria vita. Questo metodo, utilizzato congiuntamente al CPS, può stimolare il cambiamento nei comportamenti e la propensione verso idee e stili di vita sostenibili in contesti urbani, trasformando le idee in azioni concrete.



COS'È IL CREATIVE PROBLEM SOLVING?

È UNA METODOLOGIA BASATA SU UN APPROCCIO MULTI-DISCIPLINARE ED INCENTRATA SUL RUOLO DELLA CREATIVITÀ, DELL'INNOVAZIONE E DELLA RISOLUZIONE DEI PROBLEMI CHE SI PRESENTANO NELLE DIVERSE SITUAZIONI DELLA VITA QUOTIDIANA.

PISA

Programme for International Student Assessment

Per cominciare a comprendere il CPS, è utile considerare la metodologia sviluppata dall'OCSE nell'ambito del Programma di valutazione internazionale degli studenti (PISA).

Il programma PISA nel 2012 forniva una definizione delle competenze di problem-solving:

“...capacità individuale di coinvolgersi nel processo cognitivo per comprendere e risolvere situazioni problematiche dove un metodo di soluzione non è immediatamente disponibile o ovvio. Questo comprende la volontà di impegnarsi in tali situazioni con la finalità di aumentare le proprie potenzialità in qualità di cittadino costruttivo e brillante...”⁽⁴⁾

ref. <http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/pisa-2012-results-volume-v.htm>

Da questa definizione è possibile individuare alcuni elementi chiave.

Inanzitutto, la capacità individuale di coinvolgersi nel processo cognitivo per comprendere e risolvere situazioni problematiche: il Problem Solving comincia con il riconoscimento dell'esistenza del problema e con la comprensione della natura della situazione esistente. Questo richiede al risolutore del problema la necessità di identificare il problema specifico, pianificare ed attuare una soluzione, monitorare e valutare i progressi e l'evoluzione successiva alle azioni intraprese. I verbi *coinvolgere*, *comprendere* e *risolvere* pongono l'accento sul fatto che, in aggiunta alle ovvie risposte basate sugli elementi contingenti, è necessaria una valutazione volta a misurare i progressi individuali registrati in riferimento alla soluzione del problema, comprensiva delle strategie impiegate. Se opportune, queste strategie possono registrare i dati comportamentali con l'ausilio di mezzi informatici.

Un secondo elemento riguarda la definizione del problema, una situazione in cui una soluzione non è immediatamente disponibile o ovvia. Questa parte corrisponde alla definizione del "problema" quale situazione in cui un obiettivo non può essere raggiunto con la semplice applicazione di procedure già conosciute in precedenza (Mayer, 1990).



Il terzo elemento è la volontà di impegnarsi in tali situazioni. L'ultima frase della definizione evidenzia che l'uso della tecnologia e delle competenze necessarie alla risoluzione di un problema dipendono anche da fattori motivazionali ed affettivi (Mayer, 1998; Funke, 2010).

Per esempio, la volontà degli studenti di impegnarsi in situazioni nuove è parte integrante delle competenze di problem solving. I fattori motivazionali ed affettivi devono avere un particolare rilievo nel questionario utilizzato per rilevare le risposte degli studenti e misurare la loro perseveranza (indipendentemente dal fatto se questi siano favorevoli o meno alla dichiarazione "Quando ti confronti con un problema, ti arrendi facilmente?") ed apertura alla risoluzione dei problemi ("Mi piace risolvere problemi complessi").

CREATIVE PROBLEM SOLVING: LE PAROLE CHIAVE ⁽⁵⁾

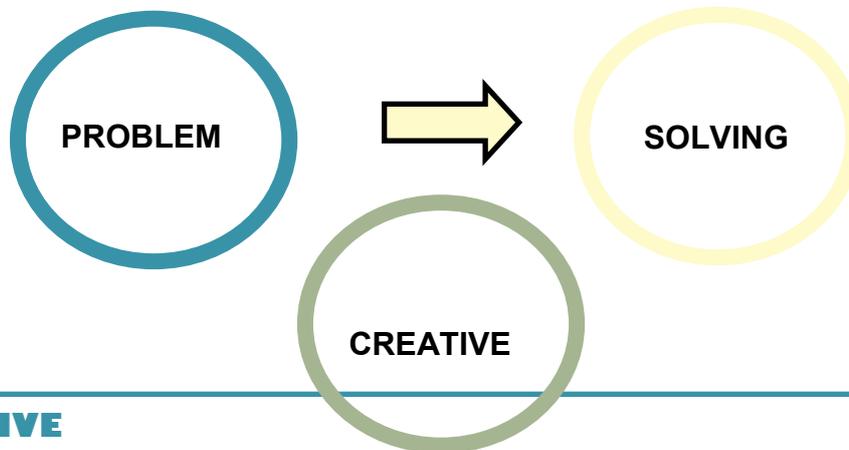
PROBLEM

Il Dizionario Cambridge definisce il lemma PROBLEM come una situazione che causa difficoltà.

Peter Honey definisce il problema come la differenza tra ciò che si ha e ciò che si vuole.

SOLVING

La risoluzione è immediatamente connessa con il problema; in altre parole, è naturale cercare la soluzione o la risposta volta a rimuovere o fermare il problema.



CREATIVE

La parola CREATIVE inserisce, in una data situazione o contesto, qualcosa che prima non c'era, qualcosa che vanta le caratteristiche della novità.

Bisogna fare attenzione ad identificare correttamente la CREATIVITÀ come qualcosa che apporti valore al contesto in cui viene introdotta. Ma non bisogna confonderla con l'ARTE, anche se appare ovvio che abitualmente l'ARTE abbia in sé insita sia la novità che il valore.

In questo progetto, la creatività è quella che serve piuttosto ad introdurre nuove idee, mentre la creatività delle arti implica estetica, eccellenza e competenze che non possono essere imparate.⁽⁵⁾

La CREATIVITA' delle IDEE, quella cui ci riferiamo, può essere imparata e praticata in molti contesti, quale quello che affrontiamo in questa guida, ma sempre in connessione con il bisogno di risolvere un problema.

PERCHE' IL CREATIVE PROBLEM SOLVING E' IMPORTANTE?

Il pensiero creativo non rappresenta l'antidoto universale utile per risolvere tutti i problemi, ma ci spinge ad esaminare i problemi che ci affliggono in modo da affrontarli con soluzioni alternative, in contesti dove di solito sono disponibili poche soluzioni.

Secondo Linus Pauling, un chimico e pacifista che ha vinto ben 2 Premi Nobel: "Il miglior modo per avere una buona idea è avere un sacco di idee."

Un buon punto di partenza consiste nel considerare **i problemi come sfide.**

Solitamente, siamo abituati ad utilizzare il termine "problema" per giustificare la nostra mancanza di azione.

Il termine sfida si riferisce, invece, ad un ostacolo che bisogna superare, che, nel processo descritto in questa guida, è volto a trasformarci in persone e cittadini migliori.

Per esempio, gli start uppers dovrebbero adottare questo approccio, se vogliono avere successo, al momento di affrontare i problemi che incontrano, li devono percepire come sfide e trasformarli in opportunità piuttosto che in sconfitte. Per cui, la percezione è fondamentale per un imprenditore: ciò che per tutti gli altri rappresenta un problema o una minaccia, per l'imprenditore rappresenta una sfida e, quindi, la trasforma in un'opportunità.

Supponiamo che si preveda che il prossimo fine settimana piova: per chi ha intenzione di organizzare una festa in giardino questa notizia rappresenta una minaccia; per chi vende impermeabili e ombrelli, è, invece, un'importante opportunità: il gestore del negozio nel fine settimana potrebbe liberarsi delle scorte di magazzino.

SFIDE



LA STRUTTURA DEL CREATIVE PROBLEM SOLVING

Alex Faickney Osborn – un dirigente pubblicitario, autore e teorico della creatività – viene accreditato come una delle persone che ha originariamente sviluppato la metodologia del Creative Problem Solving. Il contributo di Osborn ha influenzato le successive ricerche a partire dagli anni '30. Dopo 50 anni di ricerche, sviluppo ed esperienze in diversi programmi e contesti, la struttura del CPS è stata elaborata grazie allo sforzo di diversi ricercatori quali Scott G. Isaksen, K. Brian Dorval e Donald J. Treffinger.⁽²⁾

Il CPS può essere descritto secondo diversi livelli. È costituito da 4 componenti, che rappresentano le aree generali o le categorie di attività, che gli individui si trovano ad affrontare quando intendono risolvere un problema in modo creativo.

Le componenti del processo del CPS sono:

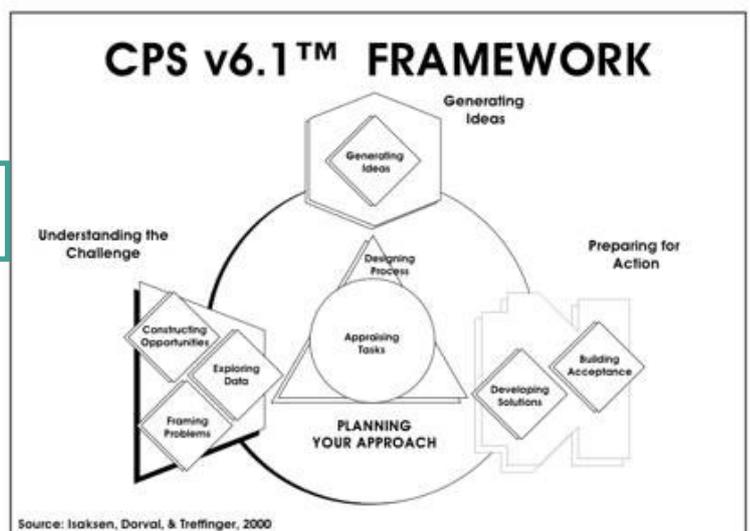
Understanding the Challenge

Generating Ideas

Preparing for Actions

La componente della gestione del CPS è:

Planning Your Approach



A **Comprensione della sfida**

È composto da 3 fasi:

- costruzione delle opportunità: identificazione e selezione degli obiettivi generali, sintetici e di scopo della propria proposta. Qual è la sfida, l'opportunità o il contesto nel quale si vuole agire?
- esplorazione dei dati: esame delle diverse fonti in modo da attingere informazioni, impressioni, percezioni e sensazioni da differenti punti di vista;
- inquadramento dei problemi: questa fase aiuta a esporre il problema in modo efficace, stimolante e specifico e ad identificare il percorso nella direzione del risultato desiderato.

LA STRUTTURA DEL CPS

B **Generazione delle idee**

Riguarda la produzione di molte idee, varie ed inusuali. È la fase in cui è possibile identificare le idee che hanno un interessante potenziale di sviluppo ed utilizzo.

C **Preparazione delle azioni**

È il momento in cui si trasformano le idee più interessanti e promettenti in azioni utili, accettabili ed implementabili.

È composto da 2 fasi:

- sviluppo delle soluzioni: cercare modi per sviluppare e rafforzare le opzioni più promettenti attraverso l'analisi, la valutazione, la definizione delle priorità e il perfezionamento delle idee disponibili;
- costruzione dell'approvazione: in questa fase la sfida consiste nel guardare le opzioni disponibili con gli occhi degli altri ed esaminare le potenziali soluzioni in modo da farle diventare soluzioni efficaci. La principale preoccupazione consiste nell'accompagnare, nel sostenere e rafforzare la soluzione in modo da ridurre al minimo le potenziali obiezioni e resistenze.

D **Pianificazione dell'approccio personale**

La componente gestionale del CPS riguarda gli sforzi per monitorare le opinioni, gestire le scelte, gli strumenti e i processi, ma anche per modificare le proprie azioni e massimizzarne l'efficacia.

Include 2 fasi:

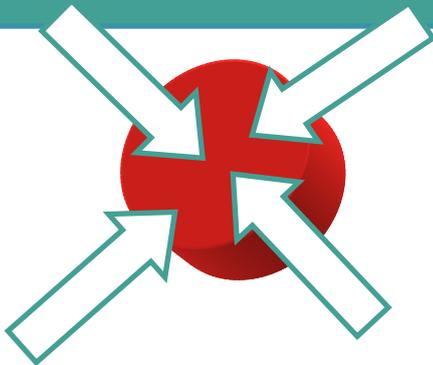
- valutazione delle attività: è la fase in cui si determina se il CPS rappresenta la scelta più accattivante per ogni specifica attività da realizzare, tenendo conto degli impegni, dei vincoli, delle condizioni, ma anche delle persone coinvolte, dei risultati desiderati, del contesto e dei metodi disponibili.
- definizione del processo: è la fase in cui viene personalizzato l'approccio nell'applicazione del CPS.

I PRINCIPI DEL CREATIVE PROBLEM SOLVING

Il Pensiero Convergente è espressione coniata da Joy Paul Guilford in contrapposizione all'espressione Pensiero Divergente.

Generalmente indica l'abilità nel fornire una risposta "corretta" a domande standard che non richiedono una significativa creatività, per esempio in molti compiti scolastici o in test standard con risposte prestabilite...

PENSIERO CONVERGENTE



Il Pensiero Divergente è un processo o metodo intenzionale usato per generare idee creative attraverso l'esplorazione di molteplici soluzioni. È spesso utilizzato in collegamento con il suo opposto, il pensiero convergente, attraverso un percorso logico che porta ad una soluzione, che spesso si dimostra essere quella "giusta". Per contrasto, il pensiero divergente fuoriesce in maniera "non lineare", spontanea, non limitata, dove molte idee emergono in maniera cognitiva. Molte delle possibili soluzioni vengono esplorate in un tempo ristretto, facendo emergere delle connessioni inattese. Al termine del processo del pensiero divergente, le idee e le informazioni vengono organizzate e strutturate attraverso il pensiero convergente.

Uno dei principali elementi del pensiero divergente riguarda l'abilità di generare nuove idee in poco tempo ed implica la capacità di pensare fuori dagli schemi, facendo associazioni che sembrano improbabili.

Il pensiero divergente implica anche l'abilità nel fornire dettagli aggiuntivi originali rispetto a quelli già presenti in una potenziale soluzione.

PENSIERO DIVERGENTE

IL PENSIERO LATERALE⁽⁴⁾

Coniato nel 1967 da Edward de Bono, il pensiero laterale riguarda la soluzione dei problemi attraverso un approccio indiretto e creativo, utilizzando ragionamenti che non sono immediatamente ovvi, coinvolgendo idee che non potrebbero emergere in un approccio logico tradizionale, quale quello tipico della logica *passo dopo passo*.

Secondo de Bono, il pensiero laterale si allontana volutamente dalle percezioni standard della creatività per i seguenti aspetti:

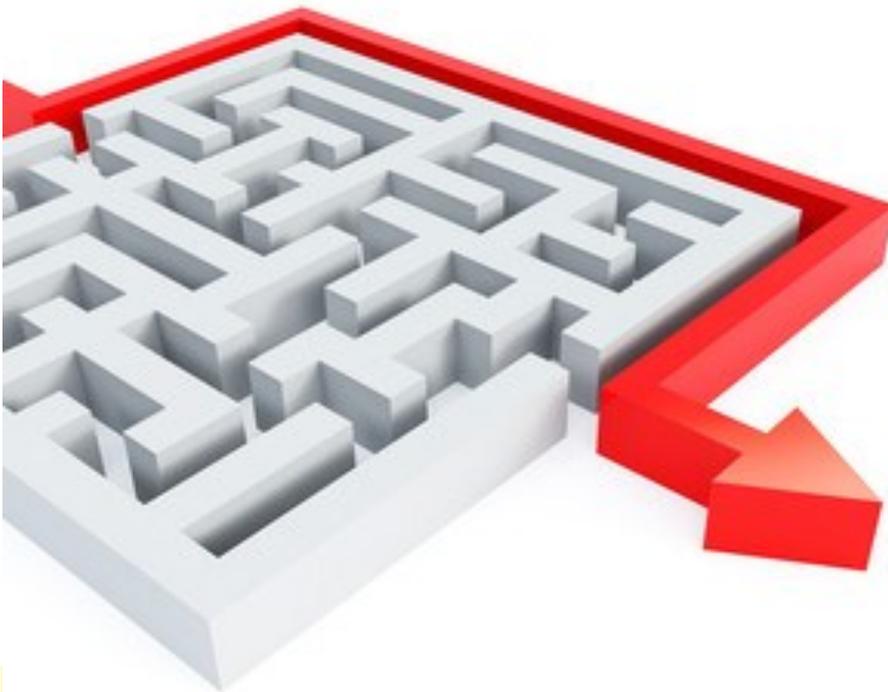
“ **logica verticale**”

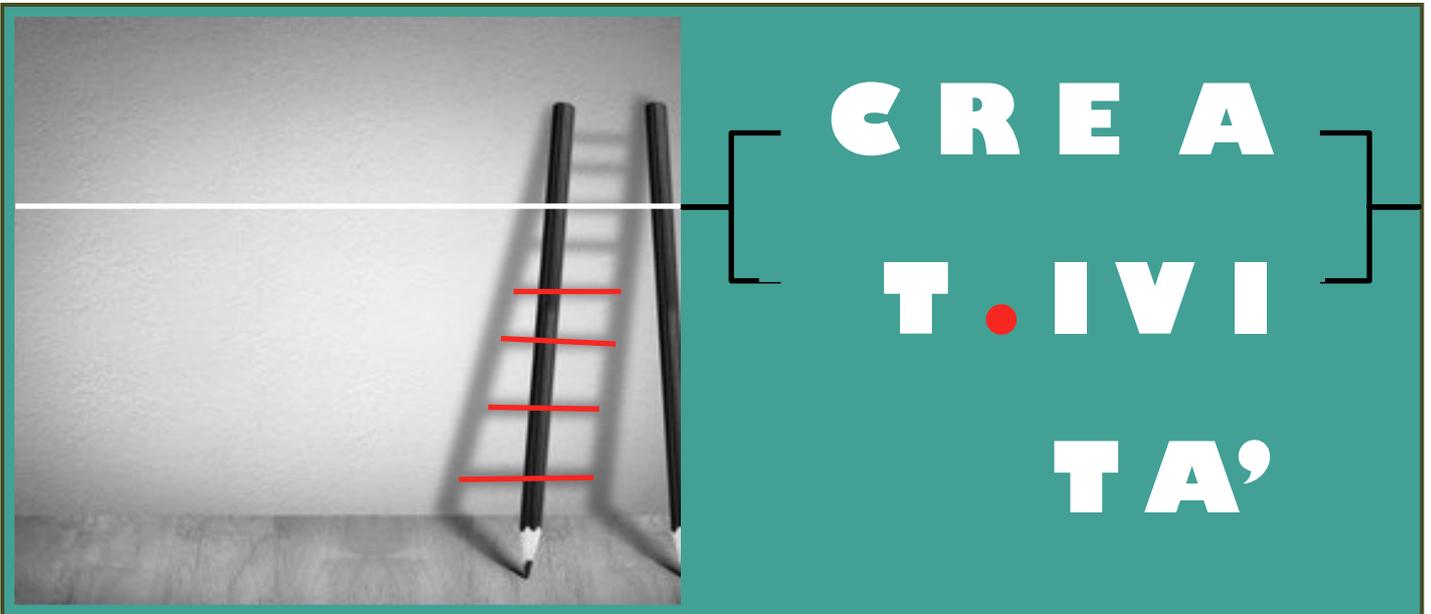
(cioè il classico modo di risolvere i problemi consistente nell’elaborare la soluzione, passo dopo passo, partendo da un insieme di dati disponibili)

o

“ **immaginazione orizzontale**”

(avere molte idee pur rimanendo indifferente rispetto all’attuazione delle stesse)





A PROPOSITO DI CREATIVITÀ'

Dopo aver introdotto il significato della parola **CREATIVITÀ**, è tempo di procedere ad un'analisi approfondita del significato di questo termine nel contesto della metodologia del Creative Problem Solving.

Molte persone possono facilmente trovare definizioni informali di creatività. Spesso essa viene associata a parole come nuovo, insolito, peculiare, straordinario, immaginifico, unico, toccante, sconcertante, caotico o come qualcosa di radicalmente diverso.

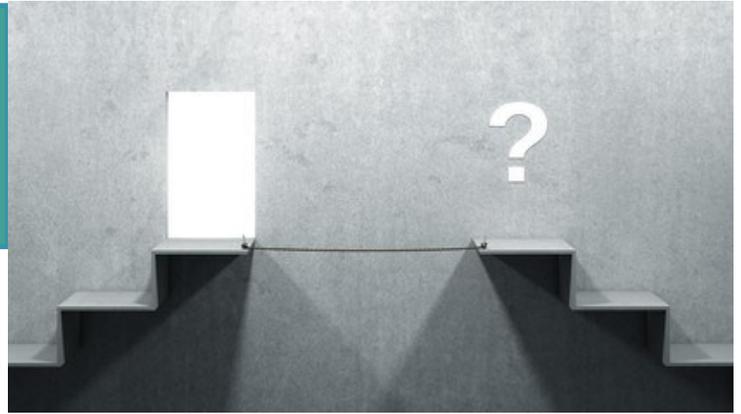
La maggior parte collegherà **LA CREATIVITÀ ALL'ARTE**: alla realizzazione di una scultura, ai dipinti dei maestri, alle scritture della grande letteratura,

alla composizione ed esecuzione di brani musicali e cose simili. È una parola che spesso viene associata ad una grande potenza e all'energia positiva che la pervade, in ambito culturale ed interculturale.

Dall'altro lato, è molto inusuale associare la creatività a qualcosa che sia **UTILE, DI VALORE ED INTENZIONALE**. Analizzando questo aspetto, emerge, infatti, la percezione della creatività come qualcosa di non molto utile e, in alcuni casi, addirittura come qualcosa di negativo.

Ecco di seguito vi presentiamo alcuni **MITI** comuni sulla creatività.

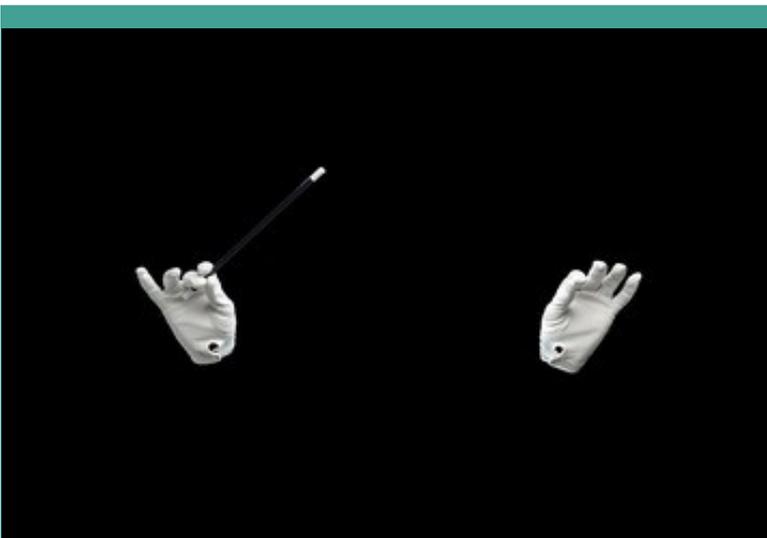
MISTERO



Alcuni ritengono che la creatività sia qualcosa di **MISTERIOSO** e che non possa essere studiata in maniera produttiva. Si ritiene che la creatività provenga da una fonte esterna su cui gli individui non hanno controllo. Questa concezione, in realtà, costituisce un problema ogniqualvolta inibisce o interferisca con la capacità ed il desiderio di dare un senso alla propria creatività e al modo di utilizzarla in maniera efficace.

Altri credono che la creatività sia qualcosa di **MAGICO**, posseduta solo da alcune persone dotate. Ciò suggerisce che la creatività sia un trucco che determinate persone conoscono e che se se ne parla sparisce il carattere magico. Sulla base di questa concezione si possono separare le persone in due categorie: quelle che la possiedono e quelle che non la possiedono. Questo mito scoraggia le persone dal discutere delle modalità di utilizzo della creatività o di come alimentarla e svilupparla in altri.

MAGIA



Un terzo mito comune è che la creatività sia collegata con la **FOLLIA**. In altre parole, per essere creativi, si dovrà essere strani, bizzarri o addirittura anormali.

FOLLIA

Da ciò deriva un concetto di creatività come comportamento non salutare, da evitare. Di fronte a tutti questi pre-concetti e miti c'è da meravigliarsi che la creatività sia stata studiata seriamente. Comunque, per fortuna c'è una variegata serie di ipotesi e opinioni che ci permettono di essere più efficaci nel conoscere e sviluppare la creatività. Riportiamo di seguito alcuni aforismi di persone famose che hanno considerato la creatività come qualcosa di immenso valore.

Non c'è nulla di più potente di un'idea il cui tempo è ormai venuto...

Victor Hugo – poeta, romanziere e drammaturgo francese

Il dubbio non è piacevole, ma la certezza è ridicola...

Voltaire – scrittore, storico e filosofo francese

L'uomo è molto più vicino a se stesso quando raggiunge la serietà di un bambino che gioca...

Eraclito – filosofo greco

Il miglior modo per avere una buona idea è avere un sacco di idee...

Linus Pauling – chimico e pacifista vincitore di ben 2 Premi Nobel



APPRENDERE LA CREATIVITA'

Sai che la CREATIVITÀ è un'abilità che può essere imparata, stimolata, sviluppata e applicata?

Per costruire la **fiducia creativa**, occorre superare alcune paure che potrebbero inibire le persone:

- ◆ paura di uscire dalla propria zona di comfort, comune negli adulti per es. il viaggio di un eroe;
- ◆ paura di quello che gli altri potrebbero dire – giudizio – auto-censura – consapevolezza di se stessi;
- ◆ paura di cominciare nuove attività – non lasciarle su un pezzo di carta;
- ◆ paura di perdere il controllo – ansia – avere la necessità del controllo delle situazioni.

Inoltre, è importante anche accettare che:

- ◆ certe idee non siano buone;
- ◆ altre persone potrebbero avere idee migliori.



Ci sono modi differenti di misurare la creatività. Un interessante punto di vista include l'analisi di quattro differenti **ABILITÀ CREATIVE DI BASE**:

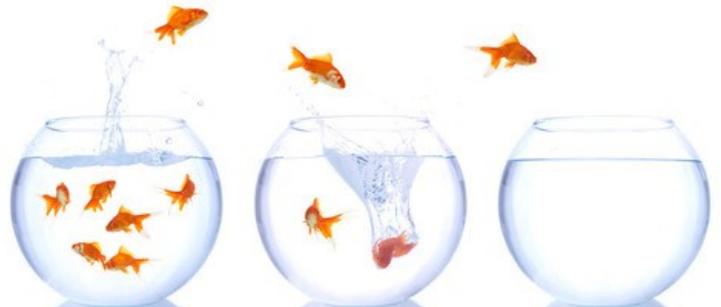
FLUIDITA':

abilità nel produrre molte idee



FLESSIBILITA':

abilità nel produrre un mix variegato di idee



ELABORAZIONE:

abilità nell'aggiungere dettagli, approfondimenti, mescolando diversi punti di vista e prospettive



ORIGINALITA':

unicità, novità, originalità, creatività o innovatività





CAPITOLO 2

La metodologia del CPS
per stili di vita urbani di
condivisione: pensiamo
in modo
creativo e sostenibile

LA METODOLOGIA DEL CREATIVE PROBLEM SOLVING

E GLI STILI DI VITA URBANI

Nel 2010 un'indagine, svolta dalla IBM tra 1.500 Dirigenti d'azienda di 60 Paesi e 33 industrie, ha identificato la creatività come competenza cruciale per il successo futuro e per le competenze direzionali. La creatività è una competenza essenziale che può essere appresa attraverso una specifica metodologia ed esercizi pratici, utili per testare e per imparare a pensare fuori dagli abituali schemi mentali.

Il CPS è un approccio multi-disciplinare che ha a che fare direttamente con la stimolazione all'uso della creatività come competenza chiave ogni

qualvolta si ha a che fare con situazioni problematiche.

Attraverso la metodologia, ogni persona può essere stimolata a costruire una fiducia nell'utilizzo della creatività che può essere quindi applicata quotidianamente in qualsiasi situazione.

Il CPS può essere applicato anche nei contesti urbani per migliorare il rapporto con l'ambiente e con il consumismo, per stimolare la partecipazione attiva dei cittadini, per creare le basi per l'imprenditorialità nel settore sociale e dello sviluppo sostenibile.

Alla base di questa guida risiede la convinzione che il CPS possa trovare applicazione in alcune aree cruciali per lo sviluppo socio-economico e istituzionale in Europa es. urbanizzazione, cittadinanza attiva, sostenibilità e consumismo.

In questo capitolo verranno introdotte STRUMENTI, METODOLOGIE ED ESERCIZI dal Creative Problem Solving con l'obiettivo specifico di provare a pensare ai possibili cambiamenti o miglioramenti negli stili di vita nelle aree urbane.

PENSIERO CREATIVO PRATICA, ESERCIZI E STRUMENTI

Nelle prossime pagine verranno presentate alcuni esercizi che possono aiutare le persone a sviluppare la propria metodologia del CPS ed applicarla a **STILI DI VITA URBANI DI CONDIVISIONE**.

Gli strumenti, le metodologie e gli esercizi a disposizione sono molteplici, i più adatti per la nostra esigenza sono riportati di seguito.

Al termine di ciascuna attività ci sono alcune riflessioni utili a spiegare meglio la metodologia e l'approccio scelto, ma anche per focalizzare l'attenzione sul contesto cui è rivolta questa guida: gli stili di vita urbani di condivisione.

- **IMMAGINI CASUALI:** un esercizio per comprendere come la creatività funziona e come ogni persona possa essere creativa
- **THINK OUTSIDE THE BOX:** una metodologia utilizzata per incrementare le proprie capacità di pensiero creativo
- **PENSIERO PARALLELO:** un approccio per pensare creativamente e collettivamente
- **SEI CAPPELLI PER PENSARE:** una tecnica usata per riflettere su argomenti complessi

La CREATIVITA' è una competenza che può essere insegnata, stimolata, sviluppata ed applicata.

E

sercizi per le competenze creative

IMMAGINI CASUALI

DESCRIZIONE DELL'ESERCIZIO

- Hai 90 secondi per completare il prossimo esercizio:
- ti verranno mostrate due IMMAGINI CASUALI;
- il tuo compito è quello di ELENCARE TUTTI I DIVERSI POSSIBILI UTILIZZI DELL'OGGETTO rappresentato nell'immagine;
- SII CREATIVO!!!

SUGGERIMENTI

- elenca qualsiasi cosa tu possa fare con l'oggetto rappresentato - non importa di quale dimensione esso sia, dal piccolissimo al gigantesco;
- immagina che ne arrivi a casa tua un ammontare sconosciuto;
- non fermarti agli usi tipici dell'oggetto, prova anche ad utilizzarlo in modo originale ed inusuale...;
- RICORDA che non esistono risposte corrette, ma solo alternative.



RIFLESSIONI FINALI SULLE IMMAGINI CASUALI

Questo esercizio è utilizzato come gioco introduttivo per iniziare a comprendere cosa sia la creatività.

È considerato un'indispensabile attività di riscaldamento ed è utilizzato, inoltre, come esercizio per misurare una delle ABILITÀ CREATIVE DI BASE descritte nel precedente capitolo: la FLUIDITÀ.

La prima immagine è un oggetto consueto, in quanto per iniziare a pensare in modo creativo è indispensabile rimanere in una zona di confort.

La seconda immagine è collegata alle aree urbane: un luogo dove è possibile incontrare i residenti del proprio quartiere.

METODOLOGIA PER COSTRUIRE LE COMPETENZE DEL PENSIERO CREATIVO

THINK OUTSIDE THE BOX

Analisi empiriche dimostrano che il pensiero creativo porta ad un reale cambiamento nel comportamento individuale e nella cultura di un'organizzazione qualora siano soddisfatti alcuni criteri, e cioè che:

- la pratica sia tesa ad assicurare che i principi base del pensiero creativo siano accettati ed applicati da parte dei partecipanti;
- la pratica sia tesa alla connessione di tecniche e strumenti del pensiero creativo con un processo, di cui il partecipante ne conosca appieno il funzionamento.

X	O	X
X	O	X
O	X	O



THINK OUTSIDE THE BOX ⁽⁶⁾

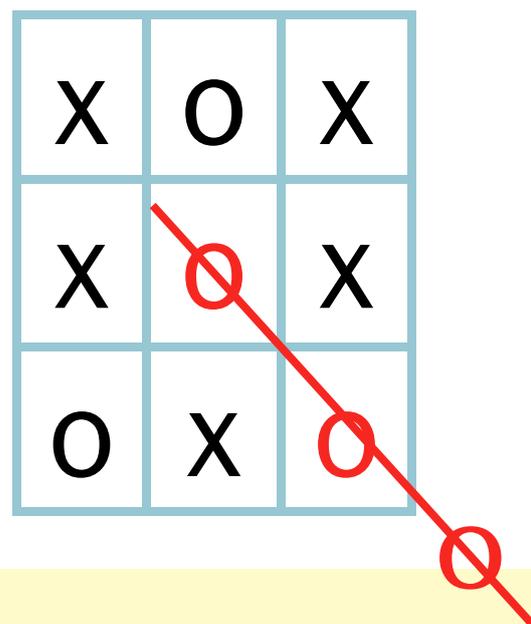
Uno dei migliori modi di costruire le capacità di pensiero creativo è l'utilizzo degli esercizi che incoraggiano a pensare fuori dagli schemi (in inglese "think outside the box"). Significa, cioè, pensare oltre il modo abituale di farlo.

Il termine "box" (scatola) rappresenta le limitazioni del nostro modo tradizionale di pensare. Quindi, pensare fuori dagli schemi (o tradotto letteralmente fuori dalla scatola) significa essere PROVOCATORI nello sviluppo dei concetti o nella visione dei problemi, affrontandoli, esaminandoli e progettando la soluzione con modalità differenti rispetto a quelle usuali.

La principale ragione per cui si è abituati a pensare all'interno di determinati schemi è che il nostro cervello forma dei modelli di pensiero, che vengono risvegliati e richiamati ogni qualvolta si sia costretti a cercare una soluzione.

Si tratta di una capacità individuale in quanto ognuno di noi possiede differenti "scatole". Tuttavia, grazie alla continua ricerca di idee e di modi diversi di affrontare il problema che abbiamo di fronte, diventiamo capaci di muoverci fuori dagli schemi.

Grazie al pensiero fuori dagli schemi, non esiste il "fallimento", bensì esistono esperienze di apprendimento. Alcune aziende statunitensi lanciano slogan quali "Fallisci economicamente e velocemente".



ESERCIZIO 1

Quali idee sei in grado di generare nei seguenti contesti – ricordati di essere provocatorio e di pensare fuori dagli schemi!!!

Sei stato individuato dal comitato di quartiere a motivare la partecipazione attiva alla vita pubblica degli abitanti del quartiere in cui vivi.

a) Come puoi attirare l'attenzione del vicinato?

b) Come puoi condividere e mostrare pubblicamente le idee provenienti da vicini?

RIFLESSIONI FINALI SUL “THINK OUTSIDE THE BOX”

La PROVOCAZIONE svolge un ruolo fondamentale nel processo che ci porta verso la fuoriuscita dalla zona individuale di comfort con la finalità di scoprire qualcosa di nuovo.

Il Fallimento deve essere considerato come un passo nel percorso che conduce al successo.

L'esercizio precedente si riferisce ad un'area urbana. Le due principali sfide che devono essere affrontate per promuovere la partecipazione attiva dei cittadini sono:

- catturare l'attenzione;
- condividere le idee originate.

APPROCCIO AL PENSIERO CREATIVO COLLETTIVO (5)

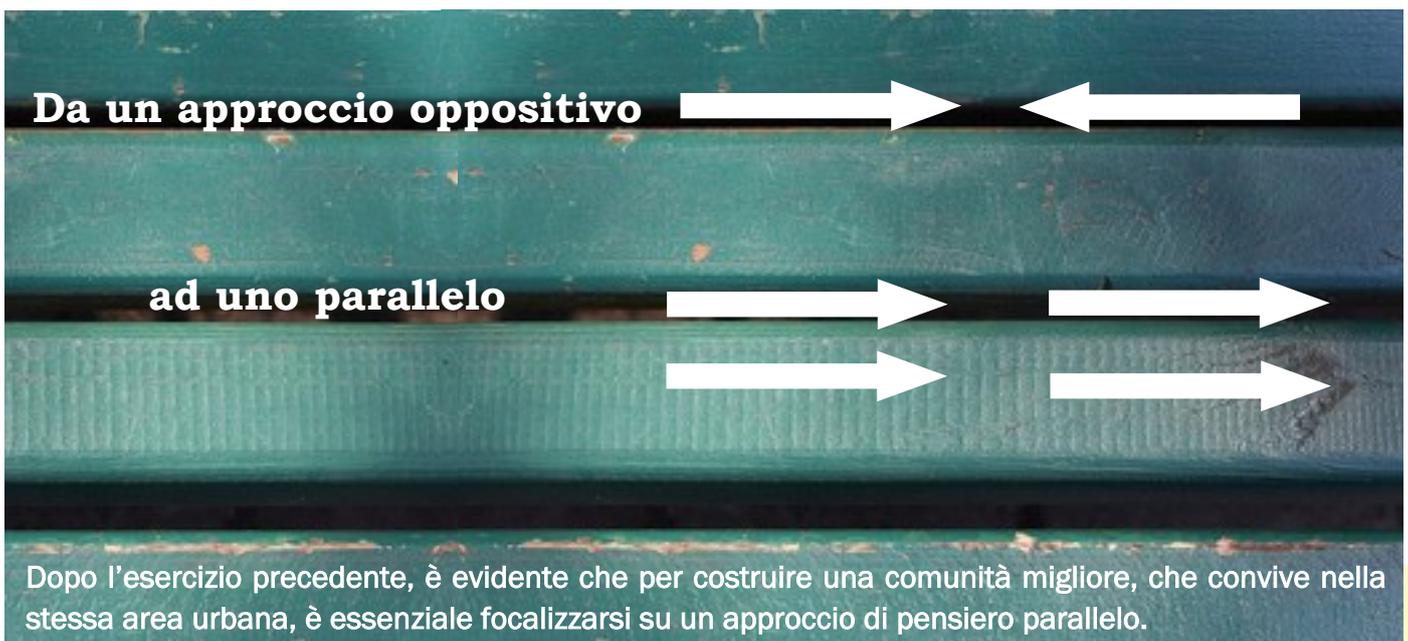
PENSIERO PARALLELO

Come già anticipato, il pensiero parallelo implica un gruppo formato da singoli individui che:

- siano focalizzato contemporaneamente nella stessa direzione di pensiero;
- che incoraggi la condivisione delle informazioni;
- che metta in comune tutte le idee piuttosto che difendere un singolo punto di vista.

Il pensiero parallelo è definito come un processo in cui l'attenzione viene convogliata in direzioni specifiche. Quando questo processo avviene in gruppo, risulta efficace nel prevenire approcci conflittuali (come avviene nelle aule di tribunale). Nel dibattito in contraddittorio, infatti, l'obiettivo è provare chi, tra le parti, in genere due, ha ragione e chi ha torto. Ciò è conosciuto anche come approccio dialettico. Nel pensiero parallelo, invece, i partecipanti presentano quante più affermazioni possibili su diversi binari (preferibilmente più di due binari paralleli). Ciò porta all'esplorazione di un argomento, a cui tutti possono contribuire, contemporaneamente, con le proprie conoscenze, esperienze, sensazioni ecc.

Cruciale per questo metodo è il fatto che il processo sia condotto in modo disciplinato e che tutti i partecipanti stiano al gioco e si confrontino. Perciò, ogni partecipante deve attenersi ad una specifica traccia.



RIFLESSIONI FINALI SUL PENSIERO PARALLELO

Non si tratta di un esercizio, ma piuttosto di un atteggiamento volto a:

- guidare il pensiero verso la stessa direzione;
- condividere le idee;
- mettere in comune le idee.

Questo approccio è essenziale ogni qualvolta si stia pensando a stili di vita urbani di condivisione.

I cambiamenti negli stili di vita in un contesto urbano dovrebbero partire dal basso, da un livello strettamente locale, nel vicinato o nella propria comunità, e non su larga scala o a livello globale. Una volta che il cambiamento sia stato correttamente implementato a questo livello è possibile attivare delle connessioni di rete con attività simili magari già presenti in altre zone ed aree.

TECNICHE DI PENSIERO COLLETTIVO SU QUESTIONI COMPLESSE

SEI CAPPELLI PER PENSARE ⁽³⁾

I “Cappelli per pensare” rappresentano una tecnica utilizzabile per risolvere questioni complesse. L’approccio si basa sull’assunto che quando le persone pensano a questioni complesse, esse sono immerse in un ambiente pieno di emozioni, logica, dati, speranza e creatività.

Il *Sei Cappelli per pensare* è un sistema creato da Edward De Bono come strumento per la discussione di gruppo e per il pensiero individuale, basato sull’uso di sei diversi cappelli colorati. I Sei cappelli per pensare, e l’idea associata del pensiero parallelo, forniscono uno strumento per pianificare il processo di pensiero in modo dettagliato e coeso e condurre a pensare insieme in modo efficace.

La premessa di questo metodo è che il cervello umano pensa in un certo numero di modi diversi, che possono essere deliberatamente sfidati, o meglio provocati, e, quindi, pianificati per un uso in modalità strutturata, permettendo di sviluppare tattiche specifiche per pensare a questioni particolari.

De Bono identifica sei diverse direzioni verso le quali il cervello può essere provocato. Per ciascuna di queste direzioni il cervello identificherà e porterà, in un’area conscia del pensiero, alcuni aspetti delle situazioni del contesto che sta analizzando (es. istinto, giudizio pessimistico, neutralità). Nessuna di queste direzioni rappresenta un modo naturale di pensare, ma piuttosto riproduce come ciascuno di noi rappresenta il risultato del proprio pensiero. Poiché i cappelli non rappresentano modi naturali di pensare, l’utilizzo di ciascuno di questi deve essere limitato nel tempo. Infatti, ad alcuni l’utilizzo dei cappelli sembra innaturale, scomodo o persino controproducente e contrario al proprio giudizio.

Un esempio avvincente è costituito dalla sensibilità agli stimoli “corrispondenti”.

Si tratta di un prezioso istinto di sopravvivenza, presente nel mondo naturale, secondo cui le cose che sono fuori dall’ordinario vengono considerate pericolose. Questo istinto sta alla base del giudizio negativo e del pensiero critico.



SEI CAPPELLI PER PENSARE (

Secondo de Bono, i benefici dei *Sei cappelli per pensare* possono essere utilizzati per:

- separare il pensiero in modo da fare una cosa alla volta;
- chiedere alle persone di spostarsi da una modalità di pensiero ad un'altra;
- separare l'ego dalle prestazioni.

I *Cappelli per pensare* rappresentano sei visioni critiche su questioni complesse.

Di seguito i dettagli per ciascuno dei cappelli:

- **Cappello Bianco** — Neutrale ed obiettivo, è connesso con i dati e la visione analitica. Molti si fermano a questo stadio.

INFORMAZIONE

- **Cappello Rosso**— Rappresenta il punto di vista emozionale.

SENSAZIONI, INTUITO, ISTINTO

- **Cappello Nero** — Il “cappello del diavolo” rappresenta il punto di vista scettico o cauto.

RISCHI, DIFFICOLTÀ E PROBLEMI

- **Cappello Giallo** — Questo cappello rappresenta il punto di vista completamente positivo e ottimista.

BENEFICI E FATTIBILITÀ

- **Cappello Verde** — Il cappello creativo è usato per generare nuove idee e prospettive.

PENSIERO CREATIVO ED ALTERNATIVO

- **Cappello Blu** — Il cappello blu rappresenta l'organizzazione, la sintesi, la panoramica sui fatti, il sommario e le conclusioni.

GESTIONE DEL PENSIERO

Prova a pensare a te stesso, quali sono i due cappelli con cui ti senti più a tuo agio?

ESERCIZIO 3

USIAMO I CAPPELLI PER PENSARE
L'ESPERIENZA DEL CAPPELLO GIALLO

BENEFICI



CONTESTO: Nel tuo quartiere alcune attività della BANCA DEL TEMPO sono state appena lanciate grazie al coinvolgimento di alcuni cittadini attivi e alla loro volontà di condividere il loro tempo libero a supporto della comunità.

DOMANDA: Quali sono i benefici e gli impatti positivi di quest'attività?

ATTIVITA': Cerca di elencare e descrivere i benefici e gli impatti positivi delle attività della BANCA DEL TEMPO focalizzandoti particolarmente sul punto di vista della comunità.

ESERCIZIO 4

USIAMO I CAPPELLI PER PENSARE
L'ESPERIENZA DEL CAPPELLO NERO



PRECAUZIONI

CONTESTO: Nel tuo vicinato, alcune attività relative alla BANCA DEL TEMPO sono state lanciate da poco grazie al coinvolgimento di alcuni cittadini attivi e delle loro volontà di condividere parte del loro tempo libero per supportare la propria comunità.

DOMANDA: Quali sono i rischi e i punti di debolezza di quest'attività?

ATTIVITA': Cerca di trovare i possibile rischi e i punti di debolezza che possono inficiare l'efficacia della BANCA DEL TEMPO.

ESERCIZIO 5

USIAMO I CAPPELLI PER PENSARE

L'ESPERIENZA DEL CAPPELLO BLU

PROCESSO



CONTESTO: Nel tuo vicinato è stato organizzato un incontro pubblico per discutere dei nuovi metodi per riciclare i rifiuti e per la raccolta differenziata.

DOMANDA: Come organizzeresti l'evento?

ATTIVITA': Immagina di essere incaricato alla preparazione dell'agenda dei lavori e alla descrizione dei punti da discutere con particolare riguardo alle sfide per la comunità.

RIFLESSIONI FINALI SUI SEI CAPPELLI PER PENSARE

La metodologia è ben nota ed utilizzata estensivamente per finalità educative.

I problemi possono essere risolti al meglio se vengono pensati volutamente in una modalità che preveda una visione del problema e della soluzione da punti di vista diversi, che preveda volutamente una visione da differenti angolature. In effetti, quando si è bloccati nella soluzione del problema come in un ingorgo, porsi sotto un differente “cappello” potrebbe essere d’aiuto.

Questo esercizio è chiaramente focalizzato su alcune possibili attività in ambiente urbano e di vicinato, partendo da un punto di vista più neutrale. Per contrasto, quindi, quest’esercizio è proprio quello più creativo.

Se una comunità deve affrontare una sfida che necessita di un approccio innovativo, può essere utile provare questo esercizio durante l’incontro: si inizia a discutere dell’argomento tutti insieme, ogni persona vestirà uno dei cappelli di De Bono e rimarrà coerente con quella data prospettiva.

Questo potrà essere di grande aiuto per far emergere nuove idee e soluzioni alla sfida che si intende affrontare.

CONSIDERAZIONI FINALI

La metodologia del Creative Problem Solving è alquanto complessa e varia, ma risulta efficace se connessa ad uno scopo o obiettivo specifico.

Per questo, la metodologia individuata e descritta nei capitoli 1 e 2 è collegata all'innovazione nelle aree urbane e scaturisce dall'iniziativa di alcuni cittadini della comunità e dall'intensa partecipazione degli stessi.

Secondo il punto di vista del partenariato, questo approccio non è sufficiente e necessita di un cambiamento più profondo ed intimo.

Questa è la ragione per cui è stata individuata la metodologia della Programmazione Neuro-Linguistica (PNL) quale strumento di apprendimento soggettivo, prendendo in considerazione la possibilità di creare valore aggiunto nella comunità, in cui vivono gli abitanti delle città.

Il capitolo successivo analizzerà, appunto, la PNL e la sua concreta applicazione agli stili di vita urbani di condivisione.



CAPITOLO 3

La Programmazione Neuro-Linguistica

INTRODUZIONE

La Programmazione Neuro Linguistica si sviluppa negli anni '70 grazie a R. Bandler e J. Grinder. Bandler, studente con un Master in Informatica e Matematica, e Grinder, professore di Linguistica, approfondirono gli studi di coloro che essi ritenevano essere eccellenti comunicatori.

La storia della PNL è radicata nella terapia, attraverso lo studio delle modalità comunicative adottate con pazienti difficili, da buoni terapisti. Bandler e Grinder hanno studiato con sistematicità psicoterapeuti di fama mondiale come Virginia Satir (fondatrice della Terapia Familiare Congiunta), Fritz Perls (fondatore della psicologia della Gestalt) e Milton Erickson (una figura chiave nel progresso dell'ipnoterapia clinica). Bandler e Grinder, inoltre, si sono ispirati a linguisti, come Noam Chomsky e Alfred Korzybski, allo psicoterapeuta Paul Watzlawick e all'antropologo sociale Gregory Bateson.⁽¹⁴⁾

INTRODUZIONE

Introduzione alla PNL – Video prodotto da Inova Consultancy

Oggi, l'attenzione della PNL è concentrata sulle applicazioni piuttosto che sul "modello teorico". Inoltre, gli esperti di settori specialistici utilizzano spesso gli strumenti della PNL. La PNL può contribuire a promuovere nuove idee, a individuare e riconoscere le intenzioni positive alla base di tutte le azioni.

Essa può essere utilizzata come strumento per cambiare i paradigmi (o modi di pensare), capire gli altri e costruire coesione sociale.



COS'È LA PNL?

**NEURO LINGUISTIC
PROGRAMMING.IONS**

VIDEO by Richard Bandler

COSA SIGNIFICA L' ACRONIMO PNL?

NEURO

Si riferisce al nostro sistema neurologico, o sistema nervoso, il quale raccoglie ed elabora le informazioni che, consciamente e inconsciamente, percepiamo attraverso i nostri 5 sensi:

- Vista – Visivo
- Udito – Uditivo
- Tatto – Cinestetico (sebbene la cinestesia si riferisca anche alle emozioni)
- Olfatto – Olfattivo
- Gusto – Gustativo

LINGUISTICA

Si riferisce al linguaggio e agli altri sistemi non verbali attraverso cui diamo senso alle nostre rappresentazioni interiori del mondo. In PNL, la linguistica studia il modo in cui la nostra esperienza viene influenzata dalle parole e dal linguaggio del corpo.



PROGRAMMAZIONE

Si riferisce ai modelli interni, agli schemi comportamentali e alle strategie utilizzate per ottenere un risultato specifico. Questi schemi sono spesso inconsapevoli e la PNL può aiutarci ad accrescere la nostra consapevolezza riguardo questi schemi comportamentali e a riorganizzarli per ottenere risultati migliori. Sotto questo profilo c'è un forte richiamo alla teoria dell'apprendimento e alle modalità di rappresentazione mentale e di codificazione delle nostre esperienze. I nostri schemi personali si fondano su processi interni e strategie usate per prendere decisioni, imparare, valutare e risolvere problemi ⁽⁴⁾. Tali schemi sono molto simili ai programmi dei computer.

Il processo di costruzione degli schemi, con i quali interpretiamo il mondo, avviene sin da bambini e viene influenzato dal nostro ambiente, dai genitori, le prime esperienze, e così via. La PNL può aiutarci a riconoscere questi schemi e modi di pensare - in modo da acquisire maggiore consapevolezza delle nostre idee preconcepite e del modo in cui potrebbero influenzare il nostro comportamento.



MA COS' È REALMENTE LA PNL?

La PNL può essere descritta in vari modi.

Secondo la definizione ufficiale, la PNL è lo studio della struttura dell'esperienza soggettiva.⁽¹⁴⁾

Ecco alcuni dei modi per rispondere a tale domanda.

- L'arte e la scienza della comunicazione
- La chiave per l'apprendimento
- Il modo per capire come funzionano le persone
- Il percorso per ottenere ciò che si vuole in molti ambiti della vita
- Il modo di influenzare gli altri con integrità
- Il manuale del proprio cervello
- Il segreto delle persone di successo
- Il metodo per creare il proprio futuro
- Il modo per aiutare le persone a dare un senso alla loro realtà
- Un manuale per il cambiamento personale e organizzativo

I PRINCIPI BASILARI DELLA PNL

La PNL si fonda essenzialmente su 4 principi. Vediamo nel dettaglio.

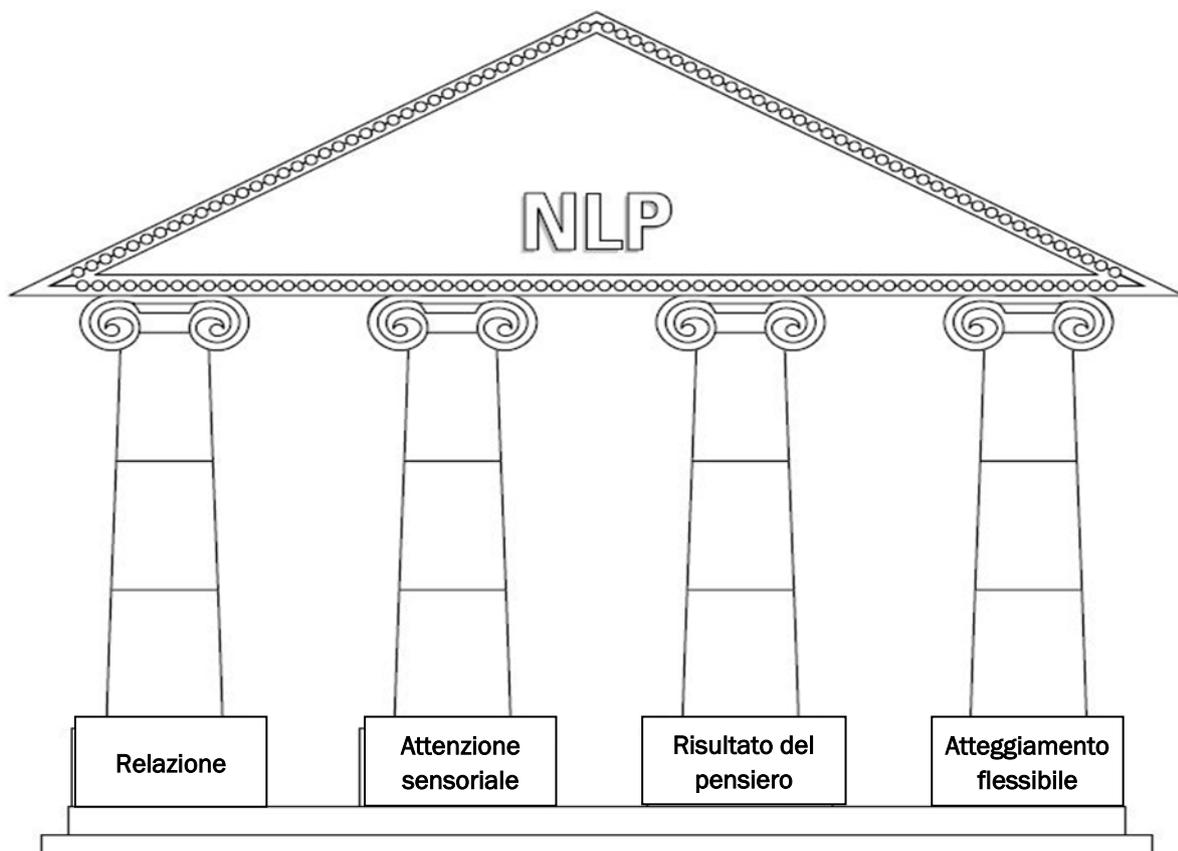
La relazione: come si creano e costruiscono le relazioni con le altre persone. Ad esempio, spesso abbiamo buone relazioni con amici e partner, persone con le quali vogliamo trascorrere il nostro tempo. Se siamo in grado di costruire buone relazioni con gli altri, in un ambiente di lavoro, ciò può aiutarci a raggiungere maggiori risultati.

L'attenzione sensoriale: è simile alla consapevolezza, consiste nel prestare attenzione a ciò che ci accade intorno e nell'usare tutti i nostri sensi per riuscire a comprendere ciò che gli altri provano o pensano.

Il risultato del pensiero: consiste nel concentrarsi su ciò che vogliamo raggiungere o ottenere, piuttosto che sui nostri problemi attuali.

L'atteggiamento flessibile: consiste nell'essere in grado di vedere le cose da una nuova prospettiva o affrontare un problema in un modo nuovo, invece di rimanere bloccato nel nostro schema ricorrente. Pensate ad un bambino che cerca di completare un puzzle: prova tutti i pezzi finché non trova quello che si adatta.

Immagine: I 4 pilastri della NLP ⁽¹⁴⁾



DI SEGUITO UN ESEMPIO DEI 4 PILASTRI DELLA PNL IN UNA SITUAZIONE QUOTIDIANA.

Hai affittato l'appartamento ad una coppia. Dopo due giorni, scopri che è stata danneggiata la porta d'ingresso. Telefoni alla donna che vi ha soggiornato e lei è sorprendentemente poco disponibile e scortese. È necessario, quindi, utilizzare tutte le tue abilità per costruire una relazione che consenta di raggiungere un accordo per il pagamento della riparazione della porta. Sarà necessario coinvolgere tutti i tuoi sensi, in particolare l'udito per ascoltare con attenzione quello che dice e osservare come controlli le tue emozioni prima di decidere la tua risposta.

È necessario che tu abbia molto chiaro quale sia il risultato desiderato, cosa vuoi che accada dopo la conversazione. Per esempio, vuoi che ti dia i soldi per riparare la porta o vuoi che qualcuno paghi per risolvere il problema? Infine, potrebbe essere necessario mantenere un atteggiamento flessibile, prendendo in considerazione altre opzioni, se non si riesce ad ottenere subito ciò che si vuole.

ESERCIZIO

Pensa ad un momento in cui hai avuto un problema di comunicazione con qualcuno o un rapporto difficile – fai riferimento a ciascuno dei quattro principi-base per riflettere sulla relazione. Hai creato una relazione? Come eri impegnato nella conversazione? Eri consapevole dei sentimenti dell'altra persona o distratto da qualcos'altro? Avevi una chiara idea dell'obiettivo della conversazione? Eri disposto ad essere flessibile nell'approccio o rispetto a quello che volevi ottenere?

COMPRENDERE I PARADIGMI E LA PRODUZIONE DI SENSO

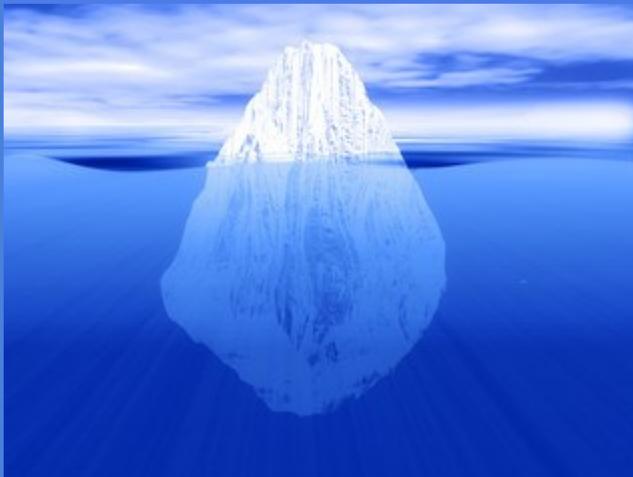
I PRESUPPOSTI DELLA PNL

La PNL si basa su una serie di "presupposti" o "credenze". Coloro che praticano la PNL adottano tali credenze per facilitare la loro vita. L'idea è che, se si hanno sempre presenti tali presupposti, i problemi quotidiani che affliggono le persone non influenzeranno il nostro stato d'animo. Ci sono centinaia di presupposti, ma qui riportiamo una selezione di quelli più utili per le finalità del progetto Creatuse.

1. Ogni individuo ha un modello unico al mondo.
2. Rispetta il modello del mondo degli altri individui.
3. La mappa non è il territorio.
4. Le persone non sono il loro comportamento.
5. Il significato di ogni comportamento dipende dal contesto in cui appare.
6. Dietro ogni comportamento c'è la migliore intenzionalità.
7. Le informazioni più importanti su una persona provengono dal loro comportamento.
8. Ognuno fa il meglio che può con le risorse che ha.
9. Non ci sono persone prive di risorse, ci sono solo situazioni prive di risorse.
10. Tutti hanno le risorse di cui hanno bisogno per avere successo e raggiungere i risultati desiderati.
11. La persona con la massima flessibilità di comportamento ha la massima influenza sugli altri.
12. Non esiste il fallimento, solo il feedback.
13. Ognuno è responsabile della propria mente e dei propri risultati.
14. Il significato della comunicazione è la risposta che si ottiene.
15. La resistenza di una persona con cui si comunica è il segno di una mancanza di relazione.

Quando incontriamo persone che vedono il mondo in modo diverso da noi, inizialmente proviamo una 'dissonanza cognitiva' – cioè quello stato in cui si hanno pensieri, opinioni o atteggiamenti incoerenti - che è fortemente collegata a scelte comportamentali e cambiamenti di atteggiamento. Tuttavia, se riconosciamo e accettiamo il fatto che ognuno vede il mondo in modo diverso - avremo un problema in meno!

In altre parole: quello che si vede in superficie non sempre corrisponde a quello che c'è effettivamente sotto la superficie.



Guarda la seguente immagine. Cosa vedi?



Vedi un'anziana o una ragazza? O vedi entrambe?

Di solito vediamo un'immagine dominante e rimaniamo 'bloccati' su quell'unica immagine che riteniamo sia possibile vedere! Questo è ciò che accade nella vita quotidiana, in cui siamo così abituati a vedere il mondo dal nostro punto di vista che ci dimentichiamo di vedere le cose da altre prospettive. Occorre, invece, quella flessibilità che consente di vedere entrambe le immagini della foto; nel mondo reale abbiamo bisogno di mantenere la mente aperta ad altre possibilità e opzioni. Questa flessibilità può essere sviluppata attraverso alcuni esercizi di riflessione e le tecniche della PNL.

NEUROPLASTICITÀ

Inizialmente si pensava che il cervello raggiungesse il completo sviluppo a 3 anni e che successivamente non fosse in grado di cambiare - come si suol dire, non si possono insegnare nuovi trucchi a un vecchio cane! Ora è noto che non è così e che il cervello si può sempre sviluppare e viene modellato per tutta la vita dalle nostre esperienze. Ecco alcuni dati importanti:

la neuroplasticità comprende differenti processi che si svolgono lungo tutto l'arco della vita;

la neuroplasticità è in funzione dell'età;

la neuroplasticità si sviluppa in due condizioni principali:

- ◆ durante il normale sviluppo del cervello, quando il cervello immaturo inizia ad elaborare le informazioni sensoriali che poi utilizza per tutta l'età adulta (plasticità dello sviluppo e la plasticità di apprendimento e memoria);
- ◆ come un meccanismo di adattamento per compensare la funzione persa e/o per massimizzare funzioni rimanenti nel caso di lesioni cerebrali. L'ambiente gioca un ruolo fondamentale nell'influenzare la plasticità.

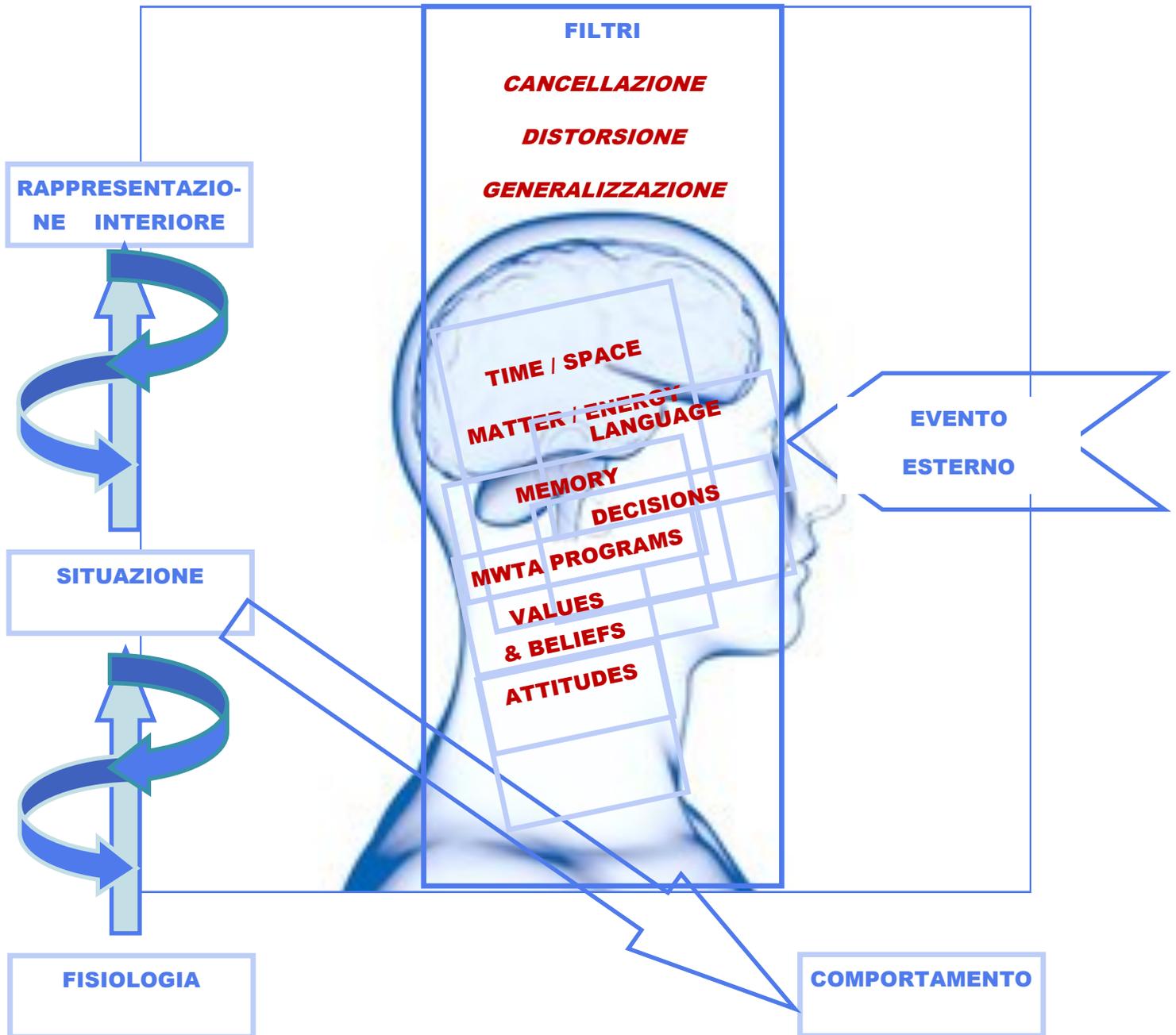
La neuroplasticità non consiste in una specifica tipologia di cambiamento neurologico, ma include processi diversi che si verificano durante la vita di un individuo. Tuttavia, alcuni tipi di plasticità sono dominanti in determinati periodi della vita e sono meno frequenti in altri. Oltre che da fattori genetici, lo sviluppo del cervello è modellato dall'ambiente e dalle azioni di quella persona come ad esempio, il fatto che eserciti il cervello.

Che cosa significa per noi neuroplasticità? Se accettiamo il fatto che il cervello può cambiare e subire processi di adattamento sulla base delle situazioni, allora possiamo iniziare a realizzare dei processi attivi di cambiamento nel nostro modo di pensare e di agire. Il Modelling costituisce un buon esempio di come la PNL utilizza questo processo: è una tecnica che aiuta le persone a realizzare un cambiamento. Questo è quello che accade quando i bambini imparano, copiano quello che vedono fare dagli adulti intorno a loro!

NEUROPLASTICITÀ

Video creato da Sentis

IL MODELLO COMUNICATIVO DELLA NLP



Il modello comunicativo della PNL è noto anche come meta-modello della PNL. Il modo in cui facciamo esperienza del mondo attraverso i nostri sensi (per es. ciò che vediamo, odiamo o sentiamo) viene filtrato dalle nostre esperienze passate e influenza i nostri comportamenti.

Il meta-modello della PNL descrive il modo in cui le persone parlano. Tre sono i processi che accadono naturalmente: cancellazione, distorsione e generalizzazione. Grazie a loro spieghiamo facilmente le nostre esperienze - altrimenti saremmo molto prolissi! La seguente tabella riporta le strutture, le domande associate e gli esiti dei processi di distorsione, generalizzazione e cancellazione.

DISTORSIONI		
Struttura di superficie	Domanda/struttura profonda	Risultato
<p>Lettura del pensiero</p> <p>Conosce lo stato interno di qualcuno - ma non lo dice: per es. "non mi piace"</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Come sai che non ti piace? 	<p>Individuare la fonte di informazione</p>
<p>Verità eterna</p> <p>Giudizi di valore - in cui la persona oggetto del giudizio non è menzionata: per es. "è male essere ricchi"</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Chi è cattivo? ◆ Secondo chi? ◆ Come sai che è cattivo? 	<p>Raccogliere i criteri di evidenza</p> <p>Recuperare le informazioni perse</p>
<p>Causa effetto</p> <p>Quando la causa è attribuita ad un elemento esterno: per es. "mi fa impazzire"</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ In che modo ciò che fa lui riesce a farti impazzire? ◆ O come in particolare? 	<p>Identificare la scelta</p>
<p>Complesso di equivalenza</p> <p>Due esperienze sono interpretate come sinonimi: per es. "Lei inveisce sempre contro di me, lei non mi piace."</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Cosa significa il suo inveire, per cui lei non ti piace? ◆ Hai mai inveito contro qualcuno che ti piace? 	<p>Fornire un esempio concreto</p>
<p>Presupposti</p> <p>Per es. "Se mio marito sapesse quanto soffro, non lo farebbe"</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Cosa ti fa soffrire? ◆ Lui come reagisce? ◆ Come sai che lui non sa? 	<p>Ritornare alla causa</p> <p>Cosa fa lui?</p> <p>Fallisce la lettura della mente</p>

GENERALIZZAZIONI

Quantificatori universali Tutti, ogni, mai, nessuno: per es. "lui non mi parla mai"	Ingigantire il quantificatore universale e cercare gli esempi specifici ♦ Mai?	Identificare il contro esempio, il risultato
Operatori modali per es. "devo lavorare molto, non posso smettere di fumare"	♦ Cosa accadrebbe se non lo facessi? ♦ ... oppure ♦ Cosa te lo impedisce?	Identificare i risultati/le cause

Le generalizzazioni sono importanti – sono simili agli stereotipi – ci servono per dare un senso al mondo circostante.

ESERCIZIO

Pensa a delle generalizzazioni. Perché ritieni che possono essere limitanti?

CANCELLAZIONI

Nominalizzazione Verbi trasformati in sostantivi: per es. "abbiamo un problema con la nostra comunicazione"	♦ Chi non comunica cosa e con chi? ♦ Come vorresti comunicare?	Specificare il verbo Individuare la cancellazione
Verbi non specificati per es. "mi ha rifiutato"	♦ In che modo ti ha rifiutato?	Specificare il verbo
Cancellazione del comparativo per es. "è troppo costoso!"	♦ Rispetto a cosa?	Recuperare il comparativo

La cancellazione viene indicata come un'attenzione selettiva, ovvero quando tralasciamo i dettagli per migliorare la nostra efficienza. Tuttavia, questo processo può causare un problema quando abbiamo l'abitudine a cancellare sempre determinate informazioni. Per esempio, quando prestiamo sempre attenzione alle critiche e non prendiamo nota dei complimenti. Essere consapevoli delle cancellazioni può aiutare a chiarire meglio i problemi nella comunicazione.

SVILUPPO DI STRATEGIE COMUNICATIVE ATTRAVERSO LA PNL ⁽⁵⁾

Per capire come le persone comunicano, è importante capire come sviluppano le strategie di comunicazione. Il raggiungimento di questo obiettivo, combinato con il modello comunicativo della PNL, migliora la comunicazione con gli altri componenti del progetto e della comunità.

Le persone sperimentano il mondo attraverso i loro cinque sensi - visivo, uditivo, cinestetico, olfattivo e gustativo. Questo sistema è chiamato sistema di rappresentazione primario. Esso influisce sul modo in cui le persone imparano, così come sul modo in cui rappresentano internamente il mondo esterno. Persone diverse hanno sistemi di rappresentazione diversi.

Analizziamo le caratteristiche dei seguenti sistemi di rappresentazione.

V: Visivo

A: Uditivo

K: Cinestetico

Ad: Uditivo digitale



V: VISIVO

Le persone che utilizzano prevalentemente il sistema di rappresentazione visiva spesso stanno in piedi o seduti con la testa o il busto eretto o con gli occhi in su. Respirano con la parte alta del torace. Spesso siedono in avanti e tendono ad essere organizzati, puliti, curati e ordinati. Memorizzano attraverso le immagini e sono meno distratti dal rumore. Spesso hanno difficoltà a ricordare le istruzioni verbali perché le loro menti tendono a vagare. Una persona visiva sarà interessata a come appaiono le cose. Le apparenze, infatti, per loro sono importanti.

A: UDITIVO

Le persone uditive spesso muovono gli occhi lateralmente. Respirano a partire dalla metà del loro petto. Di norma parlano a se stesse, e sono spesso facilmente distratte dal rumore. Ripetono facilmente le cose, imparano attraverso l'ascolto e, di solito, amano la musica e preferiscono parlare al telefono. Memorizzano per stadi, procedure e sequenze. Le persone uditive preferiscono raccontare come fanno le cose e reagiscono ad un certo tono di voce o ad un insieme di parole. Sono interessate all'opinione degli altri sulle cose.

K: CINESTETICO

Le persone cinestetiche in genere hanno una respirazione profonda, si può vedere il loro stomaco entrare e uscire quando respirano. Spesso si muovono e parlano molto lentamente. Esse sono sensibili alle gratificazioni di tipo fisico e alle carezze. Preferiscono il contatto diretto con le persone rispetto ad una persona visiva. Memorizzano o facendo le cose o attraversandole. Sono interessati alle cose che li fanno stare bene o a cui si possono aggrappare.

AD: Uditivo Digitale

Gli uditivi digitali apprendono trascorrendo una discreta quantità di tempo a parlare con se stessi. Il loro obiettivo sarà di sapere se le cose "hanno un senso". La persona uditiva digitale può presentare caratteristiche simili agli altri principali sistemi di rappresentazione.

GLI ELEMENTI DEI NOSTRI MESSAGGI

PAROLE

FISIOLOGIA

TONALITA'

Le parole che usiamo costituiscono una piccola parte del nostro modo di comunicare.

PAROLE

Solo il 10% della comunicazione avviene attraverso le parole, comprese le frasi e le parole-chiave, o condividendo esperienze comuni o esempi, o raccontando storie o esprimendo valori e opinioni.

TONALITA' DELLA VOCE

Il 35% della comunicazione avviene attraverso il timbro, la velocità, il volume e il ritmo della nostra voce. Ad esempio, una frase in cui il timbro sale verso la fine di solito è una domanda; una frase dal timbro misurato o piatta di solito è una dichiarazione e una il cui timbro scende verso la fine solitamente è un comando.

FISIOLOGIA

Il 55% della comunicazione è costituito dal modo in cui ci muoviamo e sosteniamo il nostro corpo, e ciò include la postura, l'inclinazione della testa, le espressioni facciali, i gesti e la respirazione.

Guardiamo questo video di Barack Obama e osserviamo il modo in cui usa la tonalità della voce, le parole e la postura. Barack Obama rappresenta un buon esempio delle tecniche che si possono usare per costruire efficacemente una relazione.

OBAMA SPEECH

<https://www.youtube.com/watch?v=hWQNOB070ns>

COS' E' UNA RELAZIONE?

Relazione (sostantivo): è definito come un rapporto stretto e armonioso in cui persone o gruppi di persone sono interessate a capire i sentimenti o le idee di ciascuno e comunicare bene. Per es. "Lei era in grado di stabilire un buon rapporto con i bambini".⁽⁴⁾

Il termine è sinonimo di: affinità, relazione stretta/speciale, comprensione (reciproca), legame, empatia, simpatia, connessione, accordo. Deriva dal verbo francese rapporter, che significa "tornare o portare indietro". Per es. "Io sono come te, pertanto tu sei come me." Alla base della relazione c'è il riconoscimento reciproco e il piacersi. Quando ti piace qualcuno, sei più disposto ad aiutarlo ad ottenere ciò che vuole.

Quando è necessario stabilire una relazione?
Ovunque si interagisce con le persone ! La relazione consiste nel creare un legame forte ed autentico con un'altra persona. Capisci di avere un buon rapporto con un'altra persona quando c'è un senso di fiducia e di rispetto e quando ci si sente a proprio agio.



ESERCIZIO

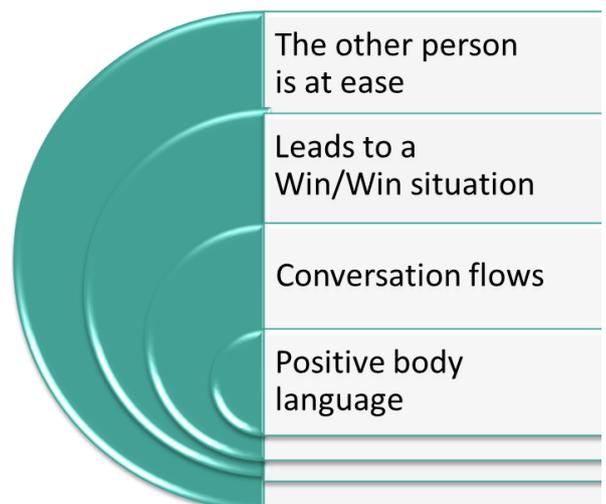
Per capire la modalità con cui tu costruisci un rapporto e ciò che per te è importante nelle relazioni, prova il seguente esercizio tratto dal libro "Programmazione Neuro-Linguistica per principianti".⁽¹⁴⁾

1. Pensa a qualcuno con cui hai un rapporto. Che segnali invii e ricevi che ti permettono di capire che siete sulla stessa lunghezza d'onda? Come si costruisce e si mantiene il vostro rapporto?
2. Pensa a qualcuno con cui non hai un rapporto, ma con il quale ti piacerebbe averlo. Che segnali invii e ricevi che ti permettono di capire che non sei sulla stessa lunghezza d'onda? Che fai per costruire e mantenere un rapporto con quella persona?
3. Pensa alla tua esperienza con la prima persona. Cosa potresti fare di diverso con la seconda persona per costruire un rapporto più forte?

IL RISULTATO DI UNA RELAZIONE

COME COSTRUIAMO LA RELAZIONE CON L'ALTRO?

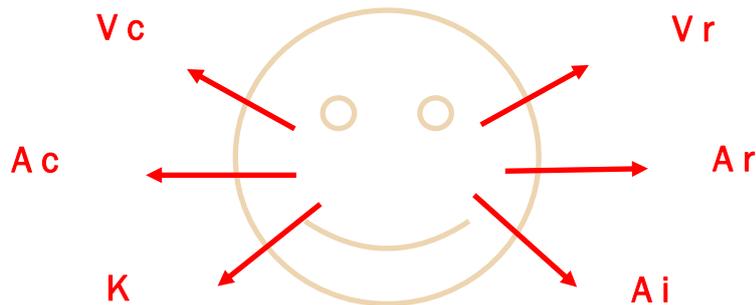
- Ci sintonizziamo con la fisiologia (attraverso la postura) dell'altro
- Ci sintonizziamo con la tonalità (con il tono di voce utilizzato) dell'altro
- Ci sintonizziamo con le parole (il tipo di parole utilizzate) dell'altro



SCHEMA DI ACCESSO OCULARE

La comprensione del modo in cui le persone comunicano è una parte necessaria alla costruzione del rapporto. Bandler e Grinder hanno osservato che gli occhi delle persone si muovono in modo diverso a seconda del tipo di domanda che viene posta e del modo in cui elaborano le informazioni. Questo può aiutare a comprendere la modalità di apprendimento delle persone e di conseguenza a comunicare più efficacemente con loro.

“La scheda di accesso oculare” come appare in un esempio in Bandler & Grinder's *Frogs into Princes* (1979).



Le sei direzioni rappresentano:

“visivo costruito” (V c)

“visivo ricordato” (V r)

“uditivo costruito” (A c)

“uditivo ricordato” (A r)

“cinestetico” (K)

“uditivo dialogo interno” (A i)

Se si rivolgono gli occhi a destra si sta inventando, se si guarda a sinistra si sta ricordando (si noti: questa immagine è uno specchio).



IL LINGUAGGIO CHIARO

Il modo in cui parliamo e i termini usati per le nostre richieste possono influenzare la risposta che riceviamo. Per mantenere il nostro linguaggio 'pulito' dobbiamo evitare di influenzare la risposta – circostanza molto importante nel coaching/counselling.

‘Tenta’ – include nel suo significato il presupposto che forse si potrebbe riuscire.

‘Ma’ – nega sempre ciò che è stato appena detto. Al suo posto, è preferibile 'e'.

‘Non’ – in realtà non si può non pensare a qualcosa. È preferibile evitare frasi come “non correre”, “non gridare”, “non essere in ritardo”, “non parlare”.

Per esempio: se si dice di "non pensare ad un elefante viola", qual è la prima cosa che si fa?

Al contrario, durante la comunicazione possiamo usare la negazione a nostro vantaggio. Se dico ad uno studente "lo non voglio suggerirti che è possibile padroneggiare questa abilità facilmente", che rappresentazione interna si crea?

Valori utilizzati nel mondo reale

Ascoltare le persone e prestare attenzione alle parole chiave che usano consente di scoprire i loro valori. Utilizzando le loro parole chiave, si può costruire una relazione migliore e portarle dalla nostra parte in modo più efficace.

- Obiettivi
- Soddisfazione
- Creatività
- Condivisione
- Appagamento

Un esempio di gerarchia di valori che si possono definire con il cliente.

Ecco un esempio: “Bene, John, poiché mi sono impegnato ad assisterti nel raggiungimento dei tuoi OBIETTIVI e in generale della tua SODDISFAZIONE personale, lascia che ti parli di un nuovo progetto, che ti insegnerà a utilizzare il CREATIVE problem solving per promuovere la CONDIVISIONE in contesti urbani ottenendo una maggiore APPAGAMENTO dal tuo lavoro. Sembra un progetto più interessante?”



CAPITOLO 4

La Programmazione Neuro-Linguistica per stili di vita urbani di condivisione

L'USO DELLA PNL PER STILI DI VITA URBANI DI CONDIVISIONE

Partendo dalle considerazioni precedenti, è possibile ipotizzare che la PNL possa essere usata come uno strumento di facilitazione nei seguenti casi:

- favorire cambiamenti di paradigma (modi di pensare) nei cittadini;
- comprendere meglio come costruire i rapporti con altri membri della comunità e, quindi, contribuire alla cittadinanza attiva;
- consentire ai neofiti di superare le barriere dell'inconscio e aiutarli a raggiungere i propri obiettivi;
- consentire alle comunità urbane di sviluppare una comunicazione più efficiente e un rapporto più proficuo tra i suoi membri, facendone aumentare la coesione sociale.

Inoltre, è possibile ricorrere alla PNL per attrarre più persone verso stili di vita collaborativi. La PNL include alcune tecniche, che possono contribuire a rafforzare più facilmente la condivisione in contesti urbani, quali:

Rapporto

È il processo per instaurare con un altro soggetto una relazione, caratterizzata da armonia, comprensione e reciproca fiducia. Questo risultato si può ottenere riducendo al minimo le differenze percepite a livello di inconscio.

Riformulazione

È un processo usato per determinare una finalità positiva, separando il comportamento negativo dalla motivazione che ne è responsabile. Le nuove scelte comportamentali sono determinate in modo da mantenere l'intenzionalità positiva, ma senza il risultato problematico.

Strategia

È costituita da una serie di determinati passaggi mentali e comportamentali che consentono di raggiungere un obiettivo determinato.⁽¹⁸⁾

I VALORI DELLA PNL NELL'ECONOMIA URBANA CONDIVISA

Molti pensano che la PNL sia una cassetta fatta di tecniche e modelli senza un cuore. In realtà, i principi, gli strumenti e le competenze della PNL presuppongono alcuni valori, che costituiscono la base emozionale per il coinvolgimento delle persone in questo settore. I professionisti e i formatori spesso sono coinvolti dai valori chiave della PNL e ne condividono i benefici. Alcuni valori fondamentali della PNL sono basilari per la creazione di un'economia urbana. Tra questi, per esempio:

Utilità: consiste nell'essere pragmatici e orientati all'obiettivo; cercare di fare la differenza; focalizzarsi sull'applicazione pratica e ricorrere a tutte le risorse disponibili per raggiungere l'obiettivo finale.

Integrità: consiste nel mostrare coerenza tra linguaggio e comportamento – “passare dalle parole ai fatti”. Questo implica allineamento tra opinioni, valori e modi di fare ed agire in coerenza con i principi fondamentali. Questa coerenza si fonda sulla consapevolezza di tutte le nostre relazioni e opinioni personali e sull'adozione di comportamenti che incarnano pienamente i nostri valori.

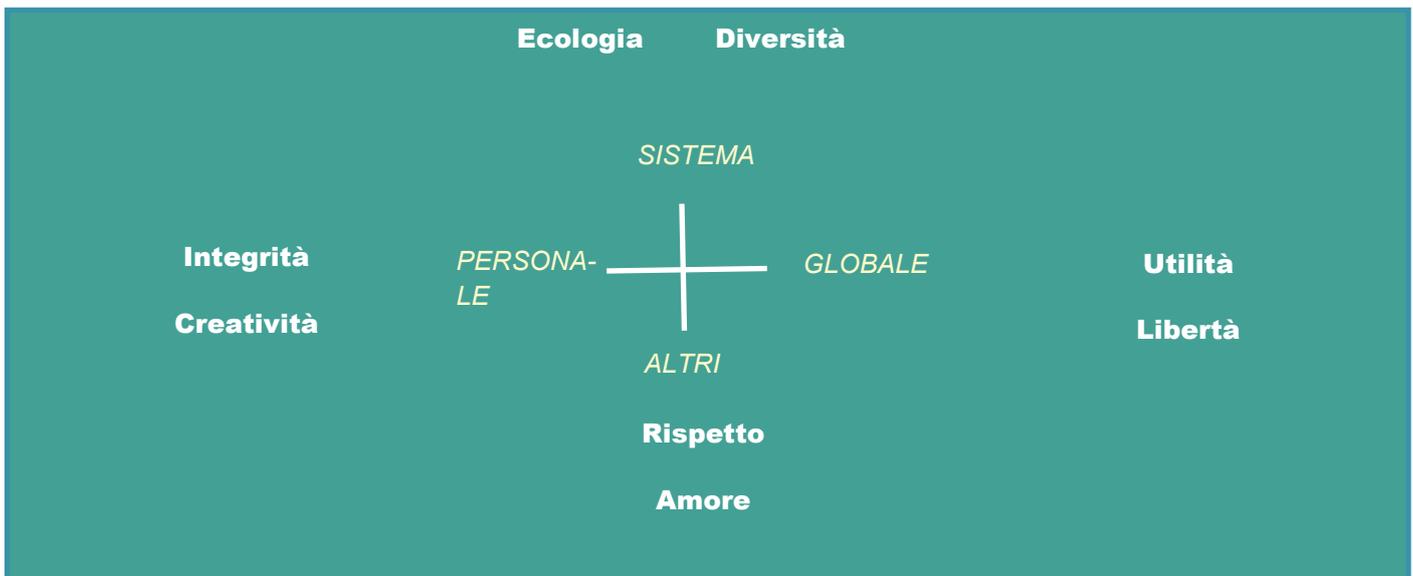
Rispetto: consiste nel riconoscimento dei confini personali e nel rispetto del potenziale delle altre persone; nel lasciare alle persone spazio e tempo adeguati, quando si chiede il permesso di introdursi nel loro spazio; mantenere un giudizio positivo incondizionato nei confronti degli altri e valorizzare gli aspetti unici di ogni persona.

Creatività: consiste nell'essere costruttori della propria vita e della comunità; essere aperti a nuove opportunità, creando nuove visioni del mondo, nuove strade per raggiungere gli obiettivi; facendosi nuove domande; incoraggiando gli altri a porsi degli obiettivi e rinnovare continuamente il modo di fare le cose.

Empatia: consiste nel mettersi nei panni degli altri, nel creare le relazioni cercando di immedesimarsi nella situazione in cui si trovano gli altri; provare e mostrare comprensione per gli altri accettandoli così come sono; lasciare spazio ai cambiamenti, usare lo stesso metro per valutare noi stessi e gli altri preferendo investire nel benessere sociale.

Creare una comunità intelligente: consiste nel favorire la creazione di sinergie e relazioni nella realizzazione di progetti comuni; essere interessati al "noi" e non soltanto al "me stesso"; mettersi al servizio degli altri e apprezzare il talento di ognuno; favorire l'affiliazione e l'associazionismo includendo un'ampia varietà di persone e di modi di esprimersi.

Esistono molti valori condivisi dalla grande comunità della PNL. Le idee e i valori basilari e la loro condivisione sono parte integrante dello sviluppo della condivisione in contesti urbani. Per mantenere e promuovere la coesione della comunità, fattori come l'empatia, la creatività, il rispetto e l'integrità sono cruciali. Essi, infatti, ispirano l'altruismo, necessario per una economia urbana condivisa nella realtà. Secondo una ricerca di Robert Dilts⁽²⁾, un rinomato maestro e consulente della PNL, quando le persone usano la PNL nella loro vita quotidiana sono molto più aperte verso gli altri e capaci di condividere gli stessi valori. Questi valori possono riguardare il sé (integrità, creatività e flessibilità), gli obiettivi (utilità, libertà, educazione), il sistema (ecologia, diversità, professionalità) o gli altri (rispetto, fratellanza, altruismo). Anzi, se i membri di una comunità usano la PNL nella loro vita quotidiana, probabilmente è perché condividono gli stessi valori. A loro volta, questi stessi valori possono essere anche la base di una comunità condivisa⁽²⁾. Molti dei valori fondamentali sono correlati tra loro. Come si può vedere nella figura 1, essi possono essere raggruppati in quattro aree: il sé, gli altri, gli obiettivi e il contesto in cui si interagisce. Questi valori condivisi sono il fondamento di una comunità e di una cultura etica.



Quest'insieme di valori sono importanti anche per costruire un'efficace leadership. Nel senso più ampio, la leadership può essere definita come la capacità di coinvolgere gli altri nel processo finalizzato al raggiungimento di un obiettivo in un determinato sistema o in contesto più ampio⁽²⁾. Un leader è tale quando riesce ad essere sia un esempio che uno stimolo per gli altri, individui o gruppi, per raggiungere un risultato in un determinato contesto.

La "leadership visionaria" consiste nella capacità di coinvolgere e lavorare con gli altri - molto spesso di pari grado - per creare un mondo di cui si vuole far parte.

Anche la condivisione in contesti urbani ha bisogno di una leadership per funzionare, anzi spesso le persone che sono affascinate dalla PNL e la praticano sono per natura inclini alla leadership.

L'APPLICAZIONE DELLA PNL IN CONTESTI REALI ⁽⁵⁾

Un'applicazione concreta della PLN è stata realizzata alcuni anni fa nei Servizi Sociali del Galles. Nel 2010, l'Agenzia per il miglioramento dei servizi sociali del Galles e dei Consigli della Contea ha realizzato un progetto di ricerca per identificare le competenze, le conoscenze e i valori richiesti agli assistenti sociali del 21° secolo. Uno degli obiettivi era quello di individuare come gruppi multi-disciplinari di operatori sociali potessero avere un impatto positivo sugli utenti del servizio sia nell'ottenere i propri risultati che nel collaborare per raggiungere l'indipendenza⁽³⁾.

Furono usate le tecniche di modellazione dei comportamenti e le teorie della PNL per costruire le interviste e i questionari da somministrare agli operatori sociali e constatare come operassero a seconda dei diversi livelli. Questa ricerca era direttamente connessa con la teoria di Robert Dilts, secondo cui le persone operano a diversi livelli neurologici, cosa che influenza le prestazioni e i comportamenti delle persone a seconda delle diverse situazioni.



Per prima cosa, il gruppo di ricerca intervistò 100 utenti che avevano avuto accesso da poco ai servizi sociali tramite un operatore. Successivamente, i risultati di queste interviste furono analizzati sulla base di una scala elaborata da Dilts, chiamata modello dei livelli neurologici, per verificare le performance in queste aree:

identità

valori e opinioni

competenze e capacità

comportamenti

contesto.

In seguito, il gruppo di ricerca condusse delle video-interviste a 60 membri dello staff provenienti da diversi settori, attraverso domande "aperte", collegate al modello dei livelli neurologici.

Nella fase finale fu inserito un formatore professionista, qualificato nella PNL, che tracciò il modello di intervista da somministrare agli assistenti sociali per rilevare le capacità a livello conscio e inconscio.

Il modello sarebbe stato applicato, poi, anche agli altri assistenti sociali nei moduli formativi e nelle sessioni di mentoring e coaching. Questo metodo aiutò ad evidenziare quali sono le capacità e i fattori chiave per un'efficace strategia di coinvolgimento degli operatori sociali⁽³⁾.

Questi risultati, basati sulla teoria della PNL, ora sono stati riconosciuti a livello nazionale dall'Assemblea del Governo Gallese e sono una parte fondamentale del programma formativo degli assistenti sociali nelle comunità che forniscono servizi di cura nella Contea gallese del Monmouthshire.

Questo esempio mostra come i metodi della PNL hanno migliorato le strategie di coinvolgimento nel settore dei servizi sociali, ma queste stesse tecniche possono essere utili ed adeguate anche a contesti urbani di economia condivisa.

ESERCIZIO

Per prima cosa, leggi i progetti di condivisione in contesti urbani riportati di seguito.
 Immagina di essere il project leader.

Progetto 1 – CiboPerTutti

Questo progetto prevede la distribuzione di cibo agli anziani del quartiere. Il progetto è iniziato da 6 mesi ed ha avuto molto successo nella comunità. Ma la cucina dove attualmente viene preparata la mensa sta chiudendo. Tu sai che esiste un altro posto dove potrebbe essere ubicata la mensa, ma il proprietario non è sicuro di poter essere d'aiuto.

Progetto 2 – Il club del Mercoledì

Questo progetto prevede l'assistenza ai genitori con bambini ogni mercoledì da parte di pensionati. Si tratta di un progetto nuovo, pertanto si sta attualmente cercando l'accordo con le autorità locali sulle misure di sicurezza del progetto. La fase pilota del progetto ha avuto un grande successo, ma si è ancora nella fase decisionale.

Progetto 3 – Vestiti per i senzatetto

Questo progetto prevede la raccolta di abiti usati da donare ai senzatetto della città. Il progetto ha riscosso un così grande successo e ha ricevuto così tante donazioni che è necessario un magazzino più grande. Per cui, è diventato urgente trovare la liquidità per un nuovo magazzino e un imprenditore locale che voglia sponsorizzare il progetto.

ESERCIZIO

Progetto 4 – Il linguaggio degli amanti

Questo progetto, basato su uno schema di condivisione del linguaggio comune tra migranti e autoctoni, stenta a decollare. Al primo incontro hanno partecipato solo 2 immigrati e 3 autoctoni. Il target da raggiungere, per quanto riguarda il numero dei partecipanti, è 20 (10 immigrati e 10 autoctoni), ma se continua così, il progetto rischia di fallire e perdere il finanziamento.

In secondo luogo, immagina che queste stesse persone rappresentino in generale delle barriere al tuo progetto. Come utilizzeresti le tecniche e le teorie della PNL per negoziare e farle divenire ad un accordo reciproco?

1. Sei il ristoratore che è stato incontrato dal leader del progetto CiboPerTutti, il quale vorrebbe usare la tua cucina per preparare la mensa per i senzatetto. Tu non sei sicuro che possa essere un vantaggio per il tuo lavoro e sei preoccupato di perdere clienti paganti.
2. Sei un amministratore pubblico e sei preoccupato circa le misure di sicurezza del progetto del Club del Mercoledì. Sei dell'opinione che ci siano le misure di sicurezza per i bambini nell'ambito del progetto e non sei convinto che debba continuare.
3. Sei un imprenditore locale che è stato contattato dal project leader per donare del denaro che sarà utilizzato per distribuire abiti ai senzatetto della tua città. Non sei sicuro che questo progetto possa avere un ritorno per il tuo investimento.
4. Gestisci una struttura di carità che fornisce supporto agli immigrati e sei stato contattato dal leader del progetto del Linguaggio degli amanti per aiutarli a promuovere i loro servizi ai tuoi clienti. Ma sei preoccupato che ci sia un conflitto di interessi e che tu possa perdere sia i clienti che il finanziamento.

LA PNL PER LA CONDIVISIONE DI STILI DI VITA URBANI: SVILUPPO DI ESEMPI

Di seguito riportiamo un esempio completo per mostrare come può essere usata la PNL nel progetto CiboPerTutti (Progetto 1).

Progetto 1 – CiboPerTutti

CiboPerTutti è un progetto di condivisione in un contesto urbano realizzato in una città del Regno Unito. Il progetto è stato creato da un gruppo di persone, che collaborano ad altri progetti per la comunità, chiese e moschee, i quali si riuniscono per dare delle risposte al crescente numero di anziani rimasti soli nella zona. Il gruppo ha cominciato a collaborare da circa due anni, ma solo negli ultimi sei mesi il progetto è decollato veramente. Il numero di volontari è raddoppiato, il progetto assiste un numero maggiore di anziani in molti più distretti della città. Il progetto è stato promosso molto bene anche da media locali e dai social media e altre attività potrebbero essere sviluppate per riuscire a fornire supporto a molti più anziani. Per le finalità del progetto, il cibo viene donato gratuitamente da una serie di attività commerciali locali, e finora CiboPerTutti ha potuto utilizzare una cucina ben equipaggiata e gratuita in un centro sociale della zona. Ora il gruppo di lavoro ha appena scoperto che il centro sociale sta per chiudere, per cui occorre trovare urgentemente un'altra cucina dove preparare il cibo. Una persona del gruppo conosce un altro ristorante vicino al centro sociale, che gode di una buona reputazione ed è animato da un'atmosfera amichevole. Essi hanno già contattato una volta la proprietaria per parlarle brevemente del progetto CiboPerTutti. La proprietaria del ristorante, però, non è sicura se può o vorrà aiutarli. In particolare, non le è chiaro come la sua attività commerciale possa trarre beneficio dal fornire supporto a CiboPerTutti ed è preoccupata che la sua cucina non possa essere più a disposizione del suo chef.

LE TECNICHE DELLA PNL IN PRATICA

E' importante usare appropriatamente il linguaggio quando si negozia con le altre persone. È necessario cercare di intuire e poi mettere in rilievo le loro esigenze e i loro interessi. Per esempio, nel caso del ristoratore, è importante percepire, e tenere in considerazione, le sue paure e le sue argomentazioni.

In tal caso, la conversazione potrebbe cominciare così:

“Noi crediamo che lavorare con **CiboPerTutti** possa far **AUMENTARE** il tuo pacchetto clienti. La comunità locale, infatti, fornisce un grande supporto al progetto, che è anche largamente condiviso sui **SOCIAL MEDIA**, cosa che potrebbe a sua volta far aumentare i **CLIENTI** del tuo ristorante.”

Occorrerà usare tutte le proprie capacità per costruire un rapporto con la persona prima che lei prenda in esame la tua offerta. Occorre coinvolgere tutti i sensi, specialmente l'udito per ascoltare attentamente cosa dice, cercare di tenere sotto controllo le proprie emozioni e le proprie sensazioni prima di dare una risposta.

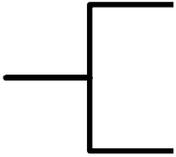
Bisogna avere molto chiaro nella testa cosa si vuole ottenere - cosa si vuole che accada dopo la conversazione - per esempio, quanto spesso si avrà bisogno di usare la cucina del ristorante? Per quanto tempo il progetto avrà bisogno del ristorante? Inoltre, bisogna essere flessibili nelle decisioni e prendere in considerazione anche altre soluzioni se non si riesce ad ottenere il risultato voluto dopo il primo approccio.

LE TECNICHE DELLA PNL IN PRATICA

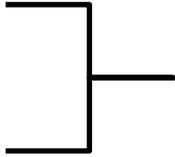
Costruire il rapporto con il ristoratore sarà cruciale. Tanto più le persone si sentono a loro agio e si riescono a sintonizzare con l'interlocutore, tanto più è possibile negoziare per giungere ad una situazione vincente per entrambi. Un buon rispecchiamento ed un linguaggio del corpo positivo, con una postura eretta ed aperta, possono facilitare la persona con cui si sta comunicando nel sintonizzarsi con l'altra persona. Questa sintonia è molto importante quando si deve stabilire un accordo. Occorre evitare di guardare verso il basso, alle mani per esempio... Anche il contatto visivo è importante, occorre cercare di mantenere il contatto visivo soprattutto quando si sta facendo il punto della situazione. Occorre annuire con il capo quando gli altri stanno facendo il punto della situazione e ascoltare bene cosa stanno dicendo. Alle persone piace sapere di essere ascoltate.

Nello scenario proposto, il ristoratore potrebbe, per esempio, partecipare all'incontro con un atteggiamento leggermente sulla difensiva, con le braccia conserte e la testa inclinata verso il basso.

In questo caso è importante avere una postura eretta, aperta che faccia sentire la persona a proprio agio. Successivamente, la persona potrebbe allargare le braccia e portarle di lato e sollevare leggermente la testa. Allora, anche tu dovresti allargare le braccia e portarle di lato, facendo da specchio in modo da far sentire l'altra persona a suo agio mentre sta rilassando il linguaggio del suo corpo. Usa le tue mani per illustrare le tue idee e se lei si apre di più tu continua a rispecchiare il suo linguaggio del corpo finché non si apre completamente. Continua a mantenere il contatto visivo durante la conversazione, cercando di incrociare il suo sguardo ed evitando di guardare verso il basso.



CONCLUSIONI



Le teorie e i metodi della PNL possono effettivamente favorire la condivisione e l'integrazione tra culture differenti, incluse le iniziative di condivisione in contesti urbani. Possono favorire il creative problem solving, incluso lo sviluppo delle capacità chiave della leadership per creare il cambiamento.

Dal momento che nelle iniziative di condivisione in contesti urbani tendono ad essere presenti meno mediatori e intermediari, le relazioni tra pari sono fondamentali. In questo esempio abbiamo potuto notare la rilevanza delle tecniche della PNL dalla costruzione di un rapporto allo sviluppo di una relazione specificatamente di tipo economico.

L'Economia della condivisione in contesti urbani dimostra che beni materiali, prodotti, luoghi, competenze, idee, denaro possono essere gestiti in modo differente, spesso in modo più efficiente. Inoltre, l'Economia della condivisione dimostra che una leadership ed una comunicazione efficaci sono entrambi cruciali. La formazione nella PNL potrebbe anche essere uno strumento collettivo di supporto a stili di vita alternativi, a promuovere il coinvolgimento del pubblico e a creare relazioni sociali più strette. Potrebbe anche essere di supporto ad attività lavorative alternative, come le imprese sociali.

Infine, la PNL potrebbe rafforzare le comunità ad essere più aperte ai valori e alle idee degli altri, ad essere più riflessive e ricettive verso modi di fare alternativi e più sensibili nell'uso delle risorse ambientali e al rispetto dei valori morali.

BIBLIOGRAFIA

- 1) OECD—PISA 2012 Results: Creative Problem Solving (Volume V) - Students' Skills in Tackling Real-Life Problems - OECD Publishing 2014
- 2) Scott G. Isaksen, K. Brian Dorval, Donald J. Treffinger – Creative Approaches to Problem Solving: A framework for Innovation and Change – Third edition - Sage Publications 2010
- 3) Edward de Bono - Six Thinking Hats - Back Bay Books 1999
- 4) Edward de Bono - Lateral Thinking: Creativity Step by Step - Harper Colophon 2015
- 5) Edward de Bono - Creativity Workout - Erickson 2008
- 6) Edward de Bono - Thinking Outside The Box: How to Think Creatively By Applying Critical Thinking and Lateral Thinking - CreateSpace Independent Publishing Platform 2015
- 7) Steven Johnson - Where Good Ideas Come From: The Seven Patterns of Innovation - Penguin 2011
- 8) Tony Proctor, Creative Problem Solving for Managers, Routledge 2010
- 9) Ian Atkinson - The Creative Problem Solver - Pearson Education Limited 2014
- 10) Rod Judkins - The Art of Creative Thinking - Sceptre 2015
- 11) Tina Seelig - InGENIUS: A Crash Course in Creativity - Hay House UK 2012
- 12) Devika Devaiah and Rajiv Narang - Orbit-shifting Innovation: The Dynamics of Ideas That Create History - Kogan Page Ltd 2014
- 13) Sam Kaner - Facilitator's Guide to Participatory Decision-Making - Jossey-Bass 2007
- 14) Romilla Ready. Neuro-linguistic Programming For Dummies. John Wiley & Sons; 2nd Edition edition, 2010
- 15) Robert Dilts, Shared Values of the NLP Community, 2016 <http://www.nlpu.com/GTC/Values.html>.
- 16) John McConnachie, NLP Modelling to engage with Customers, 2016 <http://www.anlp.org/how-could-nlp-help-me.php?csid=88>
- 17) Oxford Dictionary Online, Rapport Definition, 2016
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/rapport>
- 18) Robert Smith, NLP (neuro-linguistic programming, 2016
<http://www.businessballs.com/nlpneuro-linguisticprogramming.htm>

CONTENUTI WEB

Links utili per il CPS

- The Creative Problem Solving Group, Inc.: <http://www.cpsb.com>
- OECD and PISA: www.oecd.org/pisa
- Management Training and Leadership Training, Online: <https://www.mindtools.com>
- Dr. Edward de Bono website: <https://www.edwdebono.com/>
- The de Bono Group: Proven Design Thinking Methods: <http://www.debonogroup.com>
- Center for Creative Learning: www.creativelearning.com
- Tools for diagnosis CPS, identify levels (Test & Questionnaire of CPS)
<http://www.cpsb.com/assessments/soq>
<http://www.queendom.com/tests/index.htm>
- Method for creative solving problem (test, questionnaire)
<http://es.slideshare.net/pacop/creative-problem-solving-y-talento-corporativo>
- Only 3% of people pass this creative test, can you?
<https://www.youtube.com/watch?v=aH2lI5bwpKw>
- Creativity Techniques A to Z: https://www.mycoted.com/Category:Creativity_Techniques

Links utili per la PNL

- What is Neuro Linguistic Programming (NLP)?
<https://www.ewellnessexpert.com/blog/166/what-is-neuro-linguistic-programming-nlp>
- How to improve your performance through NLP
<http://www.wikihow.com/Improve-Your-Performance-Through-NLP>
- NLP for Leaders: <https://www.cips.org/Documents/Knowledge/Procurement-Topics-and-Skills/8-People-and-Skills/Influencing-Skills/NLP-for-leaders.pdf>
- NLP and how it can be applied to leadership
<http://leadershipperformance.blogspot.com.tr/2010/10/nlp-and-how-it-can-be-applied-to.html>
- Using NLP for Leadership Skills: <http://www.exforsys.com/tutorials/nlp/using-nlp-for-leadership-skills.html>
- How can Neuro Linguistic Programming help with leadership and development?:
<http://www.nlpworld.co.uk/how-can-neuro-linguistic-programming-help-with-leadership-and-development>
- Building rapport: <http://www.skillsyouneed.com/ips/rapport.html>

VIDEOGRAFIA

Seth Godin: Come espandere le tue idee (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano)

http://www.ted.com/talks/seth_godin_on_sliced_bread

In un mondo in cui ci sono troppe opzioni e troppo poco tempo, la scelta ovvia è ignorare le attività ordinarie. Il guru del Marketing Seth Godin ci spiega come in alcuni casi delicati le idee cattive o bizzarre sono più efficaci di quelle noiose.

Navi Radjou: Creative Problem Solving in caso di limiti estremi (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano)

http://www.ted.com/talks/navi_radjou_creative_problem_solving_in_the_face_of_extreme_limits

Navi Radjou ha studiato per anni la jugaad, meglio nota come innovazione frugale. Questa pratica, i cui pionieri sono imprenditori che hanno operato in mercati emergenti, in cui hanno ottenuto risultati sorprendenti con risorse limitate, è oggi famosa in tutto il mondo. Arricchendo il suo discorso con una molteplicità di esempi sull'ingegno umano, Radjou condivide anche tre principi su come tutti noi possiamo ottenere di più con meno risorse.

Steven Johnson: Dove nascono le grandi idee (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano)

www.ted.com/talks/steven_johnson_where_good_ideas_come_from

La gente spesso crede che le grandi idee provengano da lampi di genio, momenti individuali, in cui si esclama Eureka! Steven Johnson, invece, ci dimostra come la storia ci racconti una realtà differente. Il suo affascinante tour ci porta dalle reti liquide dei caffè londinesi alla lenta intuizione di Charles Darwin, fino all'odierno velocissimo web.

Cos'è il Creative Problem Solving? (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=QbxyiUG5RRI>

In questo video viene fatta una panoramica sul Creative Problem Solving.

Problem Solving in 7 passi (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=bZXDGQSuF9I>

Stai affrontando una sfida al lavoro? Ed Muzio, autore di "Make Work Great", presenta un metodo efficace, in 7 passi, su come risolvere i problemi.

Tecniche di Problem Solving – come risolvere i problemi sul luogo di lavoro in 6 passi (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=cQPNVFZld68>

Usando questo percorso in 6 passi si sarà in grado di risolvere i problemi al lavoro. Guardando questa guida si possono migliorare le proprie capacità nella risoluzione dei problemi.

Processo di Creative Problem Solving (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=oqwoOpO-4k0>

Janice Francisco ci introduce al Creating Problem Solving di successo.

Competenze per il Problem Solving (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=wHbLhZ5OoJc>

Il Problem Solving è una competenza chiave nel mondo del lavoro. Al lavoro, per la maggior parte del tempo, si devono prendere decisioni e risolvere problemi. John Paul Lobo ci spiega come pensare in modo creativo in diverse situazioni e come affrontare i problemi in maniera efficace allontanandosi dall'approccio comune.

VIDEOGRAFIA

6 modi Creativi per un Brainstorm di idee (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=yAidvTKX6xM>

Avete mai avuto problemi nello sviluppare delle idee? Ecco 6 modi creativi per superare il blocco alla creatività.

Come migliorare la tua creatività (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=6-Tb1FvLGjM>

Questo video offre una rapida panoramica su come migliorare le capacità di scrittura. Si parte dal trovare i propri punti deboli in tema di scrittura e, quindi, poi si cerca in vari modi di rafforzarli.

Problem Solving – Pensare fuori dagli schemi! (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=rRtwh2HvmXQ>

Il video spiega un concetto base del problem solving: think outside the box (Pensare fuori dagli schemi), un grande esercizio intellettuale per addestrarsi sul pensiero critico e sulla risoluzione dei problemi.

Pensiero Creativo – come uscire fuori dagli schemi e generare idee: Giovanni Corazza al TEDxRoma (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=bEusrD8g-dM>

Questo video è stato creato dall'Università Telematica Internazionale UNINETTUNO. Giovanni Emanuele Corazza è professore ordinario e membro del Consiglio di Amministrazione presso l'Alma Mater Studiorum Università di Bologna, fondatore del Marconi Institute for Creativity, presidente del Consiglio Scientifico della Fondazione Guglielmo Marconi, membro del Board della Marconi Society. Insegna come applicare il pensiero creativo nelle scienze. Un breve salto fuori dagli schemi è più significativo di una vita nel pensiero standard.

Pensa fuori dagli schemi – espandi la tua zona di sicurezza – pensiero creativo con Kevin Hunter (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=TdguN4KZISs>

Kevin Hunter è ospite del programma radio "THE BUSINESS FORUM SHOW." Insegna ai manager come pensare fuori dagli schemi e come superare gli ostacoli personali e professionali espandendo la propria zona di sicurezza. Kevin Hunter dimostra come è possibile pensare fuori dagli schemi cambiando il proprio stile di vita, spiegandoci come i pensatori creativi siano in grado di interrompere le pratiche quotidiane con una strategia fattiva, quindi, uscendo dagli schemi abituali con naturalezza e facilità.

Charles Leadbeater: L'era della "open innovation" (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano)

https://www.ted.com/talks/charles_leadbeater_on_innovation?language=en

In questo discorso, Charles Leadbeater con una fervida argomentazione spiega come l'innovazione non riguardi solo i professionisti. Alcuni dilettanti, appassionati, utilizzando nuovi strumenti, stanno creando prodotti e schemi che le aziende tradizionali non sono in grado di sviluppare.

Ambizione. Disciplina. Scopo. "Il percorso di un imprenditore" con Gurbaksh Chahal (IN INGLESE con sottotitoli in Italiano generati automaticamente)

<https://www.youtube.com/watch?v=28sCH-uK-0Q>

Gurbaksh Chahal è il fondatore, amministratore e direttore di Radium One. Un imprenditore tenace che ha avviato la sua prima società quando aveva solo 16 anni.



YOUTH EUROPE SERVICE

Vico G.Lapenna, snc — 85100 Potenza - Italia

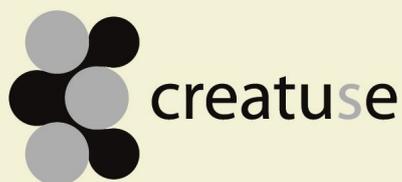
Sito web: yespotenza.wordpress.com

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI "Aldo Moro"

Dipartimento di Scienze Politiche - Europe Direct Puglia

Via Giuseppe Suppa, 9—70121 Bari Italy

Sito web: www.europedirectpuglia.eu



CREATive Urban Sharing in Europe

KA2 Partenariati Strategici per l'Apprendimento degli Adulti

Progetto n. 2015-1-IT02-KA204-014775

Maggiori informazioni sul progetto sono disponibili sul sito: www.creatuse.eu



Erasmus+

Questo progetto è finanziato dalla Commissione europea.

L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione/ Agenzie Nazionali declinano ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



La guida "**Creative Problem Solving e Programmazione Neuro-Linguistica per stili di vita urbani volti alla condivisione**" è stata realizzata nell'ambito del progetto Erasmus+ KA2 Partenariati Strategici per l'Apprendimento degli Adulti **CREATUSE** ed è sottoposta a licenza Creative Commons — Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale (CC BY-NC-SA 4.0).