

DEFINIZIONE E FINALITA' DEL COACHING CREATIVO

Il Coaching Creativo è una metodologia di intervento finalizzata ad “allenare” creativamente gli individui, i gruppi, le organizzazioni, per conseguire obiettivi finalizzati alla produzione di idee, progetti, soluzioni, al cambiamento personale e facilitare i processi di innovazione in azienda.

Il Coaching Creativo è stato elaborato per favorire e facilitare:

- l'interpretazione e la gestione delle informazioni
- il processo di apprendimento e di rielaborazione creativa
- la progettazione di obiettivi, idee, soluzioni, opportunità
- la gestione di riunioni e gruppi di lavoro
- il monitoraggio dell'efficacia dei propri risultati

ORIGINI E BACKGROUND SCIENTIFICO

Il Coaching Creativo nasce come integrazione ed elaborazione delle esperienze professionali degli autori (psicologico e psicoterapeutico, consulenziale, aziendale), dagli studi sulle neuroscienze e sul pensiero creativo.

Il metodo che abbiamo elaborato costituisce il valore aggiunto dei nostri interventi formativi perché è un metodo di apprendimento, di gestione delle informazioni e della conoscenza personale, basato sull'interattività e l'assistenza continua di un coach e cioè di allenatore mentale e di un facilitatore di processo.

I presupposti del Coaching Creativo derivano dall'integrazione di diversi modelli teoricoapplicativi che hanno studiato la struttura dell'esperienza soggettiva dell'essere umano e che hanno messo a punto tecniche di intervento per il cambiamento personale e per la realizzazione di prestazioni efficaci in ambito lavorativo, organizzativo, aziendale.

Il Coaching Creativo nasce come integrazione ed elaborazione delle esperienze professionali degli autori (in campo psicologico, psicoterapeutico, consulenziale, aziendale) la cui formazione deriva, in particolare, dai modelli della Psicologia Umanistica, dell'Analisi Transazionale, della Programmazione Neurolinguistica e della Psicoanimazione come metodologia interdisciplinare, a mediazione creativa, messa a punto da Maria

Rita Parsi. Gli studi delle neuroscienze e del pensiero creativo, hanno costituito una parte integrante che ha contribuito alla sperimentazione ed alla elaborazione di questa impostazione metodologica.

LE BASI DEL COACHING CREATIVO

Il Coaching Creativo si fonda sulla convinzione che ogni cliente possiede in sé le risorse e la creatività, necessarie per realizzare gli obiettivi desiderati e si focalizza sulla situazione attuale in cui si trova il cliente, per sostenerlo in un percorso mirato a raggiungere l'obiettivo prefissato, riconoscendo che tali risultati sono il frutto delle scelte, delle intenzioni e delle azioni del cliente stesso, supportate dagli interventi del coach.

Nel coaching è il cliente scegliere cosa vuole ottenere per sé e/o per il gruppo con il quale, o nel quale collabora, partendo dalla definizione dello stato che intende raggiungere. La funzione del coach è quella di ascoltare, osservare e offrire il suo contributo con domande mirate ad espandere la consapevolezza e un senso d'impegno per promuovere l'azione con strumenti e tecniche pratiche, adattabili in ogni contesto, privato e professionale.

Il Coaching Creativo è, pertanto, una metodologia di lavoro, ma anche di crescita, poiché offre l'opportunità di ampliare la propria mappa del mondo, conoscere se stessi e gli altri, utilizzando strumenti (metodologie, procedure, tecniche) atti all'arricchimento delle opzioni, all'allargamento della personale posizione percettiva riguardo se stessi e l'ambiente circostante, per alimentarne anche il tessuto connettivo, gli scambi, la comunicazione, per affrontare eventuali problematiche - o difficoltà - attraverso un processo di riattivazione delle "risorse creative" presenti in ognuno.

Le risorse della Mente Creativa spesso non vengono utilizzate, poiché non se ne conosce fino in fondo la valenza, ma soprattutto per la mancanza di un metodo chiaro, definito nei suoi presupposti, per la scarsa percezione delle possibili procedure che possono essere seguite, in modo tale da integrarle con il proprio atteggiamento mentale e con le proprie competenze e farle divenire parte di sé.

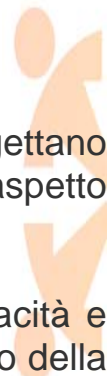
L'intento del Coaching Creativo è, dunque, mettersi sulla traccia delle "risorse creative", mapparle utilizzando procedure e tecniche adeguate e congruenti

con la situazione e lo stato in cui si trova il cliente, organizzarle secondo criteri individuati di volta in volta in base alle esigenze del momento, in modo tale da rielaborarle e rimodellarle personalmente e selezionare gli elementi e le funzioni maggiormente efficaci, da veicolare in nuovi contesti e finalmente sperimentarle, per poi verificarne i risultati e aumentare le potenzialità.

Una volta che si è riusciti a dare senso, significato, arricchimento creativo al proprio modo di essere e di affrontare le sfide, gli impegni, le mete, si aumenta la potenzialità e la disponibilità ad una comunicazione diretta ed integrata, libera da schemi che possono imprigionare emozioni, intenzioni, pensieri, capacità, progettualità, nell'interazione con se stessi, con gli altri e con il contesto ambientale.

In tal senso, si aumenta la capacità di uscire da ruoli rigidi e precostituiti, di gestire meglio le proprie mappe cognitive per decodificare la realtà, consapevoli che "la mappa non è il territorio", intenzionati a leggere dal libro della vita ben oltre le apparenze; integrando le forze inconsce con quelle della razionale consapevolezza, rifiutando di sostituire "i beni" al "bene" di esistere; sperimentando la spontaneità negli affetti; organizzando la propria vita col desiderio di collegarla armonicamente a quella degli altri.

La metodologia del Coaching Creativo è costituita da 5 fasi successive e consequenziali, ognuna delle quale prevede una o più procedure, che consistono in tipologie di percorsi finalizzati agli scopi della fase di cui fanno parte e preparatorie per la fase successiva; ogni tipologia costituisce uno "spazio di possibilità" che comprende una serie di tecniche da scegliere, utilizzare ed integrare di volta in volta, in base agli obiettivi intermedi che si intende conseguire.



LE 5 FASI DEL PERCORSO

I partecipanti, durante il percorso di coaching creativo definiscono, progettano e valutano l'obiettivo professionale che desiderano realizzare o un aspetto della vita che intendono modificare.

Il punto di partenza è la **ricerca** delle risorse, delle abilità, delle capacità e delle strategie di successo che i partecipanti hanno sviluppato nel corso della loro vita e in diverse campi di attività, dagli hobbies, al lavoro, alla vita privata.

Il passo successivo consiste nell'interpretare ed organizzare tali informazioni per essere in grado di replicare le esperienze positive già vissute: **decodifica**

A questa fase segue l'**elaborazione** delle alternative e delle possibilità, in quello che è il momento centrale del processo creativo, nel quale ogni partecipante trasferisce le proprie qualità vincenti ed efficaci all'obiettivo che vuole conseguire. Successivamente, si passa alla definizione della strategia da seguire, alla **produzione** di un piano d'azione e alla predisposizione di un monitoraggio sui risultati delle proprie azioni, così da aver un costante controllo ed il **feedback** sulla propria vita e, in particolare, sull'obiettivo.

Al termine del percorso i partecipanti, oltre ad avere elaborato un piano d'azione concreto e dettagliato sul proprio obiettivo, acquisiscono maggiore consapevolezza e coscienza sui propri punti di forza, e apprendono come utilizzarli al meglio nelle diverse circostanze della vita.

- 1. Ricerca:** la raccolta e la mappatura di informazioni, dati, materiali e tutto ciò che può essere di ausilio per il conseguimento degli obiettivi;
- 2. Decodifica:** prevede l'osservazione riflessiva dei dati raccolti, l'individuazione dei criteri di classificazione e l'organizzazione sistematica delle informazioni acquisite;
- 3. Elaborazione:** la creazione di nuove mappe che portano ad avvicinarsi alla meta, la combinazione di opportunità e soluzioni, il rimodellamento delle risorse;
- 4. Produzione:** la generazione, la sperimentazione e l'implementazione dei progetti, la realizzazione dei risultati;
- 5. Feedback:** stima, valutazione, monitoraggio dei risultati e delle informazioni acquisite nel percorso.

E' importante sottolineare che, sia le fasi sia le procedure, non sono strutturate in modo rigido ed è artificioso considerarle separate in modo netto; a volte nelle sessioni di lavoro è necessario tornare a fasi precedenti per effettuare cambiamenti o "aggiustamenti" della direzione, altre volte procedure appartenenti a fasi diverse si sovrappongono parzialmente, per consentire un lavoro che lascia spazio a maggiori possibilità di intervento.

La creatività non può essere incapsulata, sfugge a teorie troppo impostate e a metodi che ne potrebbero limitare la spontaneità.

Il metodo è anch'esso un modello, una mappa delle operazioni compiute dagli individui nell'ambito di un processo di cambiamento; è sempre utile tenere in considerazione che la carta orientativa dei nostri interventi, sia essa una teoria, un modello o una tecnica, non va confusa con "il territorio".

L'individuazione e la caratterizzazione di ognuna delle cinque fasi, consente di lavorare con metodo ed eventualmente di rimodellare la stessa metodologia, ad esempio aggiungendo o modificando le procedure, nel momento in cui le ulteriori ricerche applicative, dimostreranno l'efficacia di nuove possibilità. Mentre le fasi metodologiche sono necessarie alla strutturazione di un percorso completo, che prende in considerazione i molti aspetti e sfumature dell'esperienza del cliente, le procedure lasciano spazio a maggiori possibilità di scelta, poiché non devono essere utilizzate tutte necessariamente in ogni situazione.

Ciò, riteniamo sia valido soprattutto nelle fasi preliminari del coaching, nel periodo del vero e proprio "allenamento" al cambiamento; nella vita pratica i processi a volte sono più veloci, condensati: l'intuizione, l'esperienza e la creatività spesso consentono di compiere apparenti salti da una fase all'altra o giungere a conclusioni inaspettate.

Il modello di coaching che utilizziamo, consente a professionisti che provengono da aree diverse e che si attengono a teorie di vario genere, di integrare le proprie conoscenze e le proprie tecniche, elaborando ogni volta percorsi creativi di intervento e di formazione.