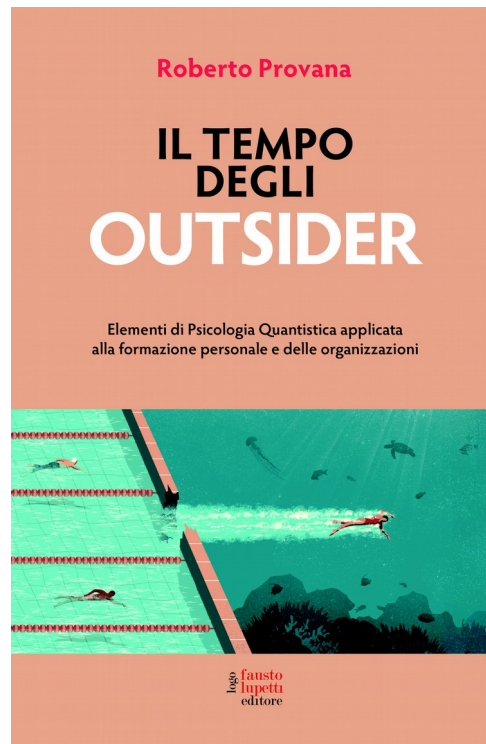


IL TEMPO DEGLI OUTSIDER



Questo libro tocca ed esplora alcuni punti chiave del rapporto tra i professionisti della formazione e in generale dei processi educativi, in ambito aziendale ed istituzionale.

Da una parte vi è la fedeltà al Committente, dall'altra si tratta di svolgere una azione di sviluppo che favorisca e stimoli gli individui e i team. La scommessa, secondo l'autore, è che far crescere i dipendenti trasformandoli in "indipendenti", in "outsider" capaci tuttavia di integrare le competenze individuali sulle quali hanno saputo investire personalmente, è anche interesse delle organizzazioni che intendono competere e innovare. Obiettivi che necessitano di persone capaci di mettere al servizio dell'azienda o delle istituzioni le loro potenzialità, che vanno coltivate e sviluppare con metodo e tecnicità sempre in divenire, da perfezionare, adattare al contesto sempre in movimento.

Questo cambio nel mindset cognitivo ed operativo, si attua attraverso un mutamento del pensiero, del comportamento e del linguaggio. Il libro affronta le nuove sfide della formazione personale e delle Human Resources integrando aspetti della cultura manageriale e imprenditoriale con tematiche appartenenti ai valori "human", pur tenendo conto delle conquiste della fisica e della tecnologia, in particolare delle possibili sinergie tra i futuri sbocchi dell'umanesimo e le prospettive della Intelligenza Artificiale.

Presentazione

Questo libro è suddiviso in tre aree o capitoli principali, che fanno riferimento come prima parte a elementi e contenuti che possono essere assimilati ad una sorta di “Psicologia quantistica”, che si ispira alle scoperte e agli approcci della fisica quantistica; la seconda parte si occupa di aspetti “esoterici” ovvero poco sperimentati e conosciuti delle pratiche di self-empowerment applicabili a livello personale, professionale ed organizzativo; ed infine la terza parte dedicata alla esplorazione del significato e dell’utilizzo della dimensione temporale: “il tempo degli outsider”, che costituisce il titolo di questo testo.

I contenuti sviluppati, in forma di “articoli” monotematici i cui temi nodali si intersecano e si richiamano tra loro, sono il frutto di riflessioni e sperimentazioni elaborate dall’autore nel corso degli ultimi 10 anni all’interno di realtà aziendali significative e caratterizzate sempre da un forte spirito di innovazione e di competizione. Da qui la necessità di fare riferimento a know-how diversificati e in molti casi da re-inventare o ri-creare per affrontare le sfide della contemporaneità.

L’obiettivo è quello di dotare la persona e i team di mindset e technicalità in grado di supportare gli slanci, gli sforzi e di alimentare le energie necessarie per la propria crescita individuale, professionale e delle imprese. Non si tratta solo di trovare nuove idee, ma di “pensare” nuove piattaforme cognitive ed esperienze formative che possano essere utili -forse indispensabili- per sostenere le nuove skills, attitudini e comportamenti, così da affrontare con efficacia ed efficienza la complessità crescente.

Soprattutto alla luce dell’avvento della digitalizzazione e della Intelligenza Artificiale, dei sistemi computazionali. Le tecnologie si possono acquistare, possono essere condivise e rappresentano un fattore competitivo ineludibile. Tuttavia anche la persona e i suoi comportamenti sono “testimonial del brand”, per cui il gestore di tali sistemi rimane un elemento strategico sul quale investire e che può fare da “garante” per la salvaguardia degli assetti valoriali, non solo finanziari o produttivi, ma anche sociali, ecologici, solidali, ovvero “universali”.

Il fulcro di questo libro è quindi la persona, la sua capacità di auto-sviluppo e indipendenza emotiva, cognitiva e relazionale. L’obiettivo tuttavia non è quello di proporre un testo teorico o un arido “manuale”, sebbene le esercitazioni e gli inviti all’esperienza diretta non manchino, ma piuttosto quello di offrire una vasta gamma di “insight” per reinventare se stessi e far emergere delle potenzialità non ancora manifeste, sia nell’individuo che nei team, nelle organizzazioni, istituzioni e imprese.

Roberto Provana