

ACCADDE OGGI...l'8 marzo 1908



In questo giorno, secondo una diffusa credenza, sarebbe avvenuto il rogo in una fabbrica di New York nel quale morirono molte operaie donne, e che avrebbe quindi dato origine alla Giornata Internazionale della Donna.

In realtà si tratta di un equivoco con l'incendio realmente accaduto nella fabbrica di capi di abbigliamento 'Triangle' di New York, il 25 marzo del 1911 con 146 vittime (123 donne e 23 uomini), per la maggior parte giovani immigrate italiane. Fu

il più grave incidente industriale della storia di New York. La data dedicata alle donne, però, non è sempre stata l'8 marzo.

Nel 1911 fu scelto il 19 marzo e in quella data la festa fu celebrata per la prima volta in Europa mentre negli USA si festeggiava il 23 febbraio già dal 1909.

Così fino al 1977 nel mondo si continuò a festeggiare in giornate diverse. In quell'anno l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite invitò tutti i paesi a scegliere un giorno comune per la ricorrenza e la decisione cadde sull'8 marzo.

Il simbolo di questa festa è la mimosa perché è il fiore più bello ed economico che germoglia nel mese di Marzo. Inoltre il suo profumo e il suo colore si addicono pienamente a questa gioiosa festività.

Nel mondo l'8 marzo è festeggiato in vari modi. Ad esempio in Russia si organizzano spettacoli pirotecnici mentre in Perù le donne festeggiano per le strade. In Vietnam, per la ricorrenza, condividono il cibo sul luogo di lavoro. In Africa la festività può durare fino a una settimana con eventi culturali e artistici organizzati dalle associazioni femminili.

Cieli sereni e auguri!

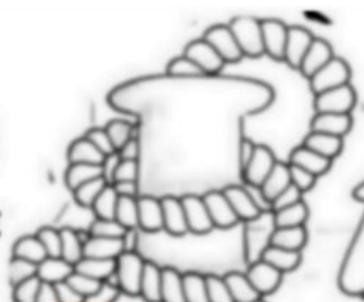
PG

□

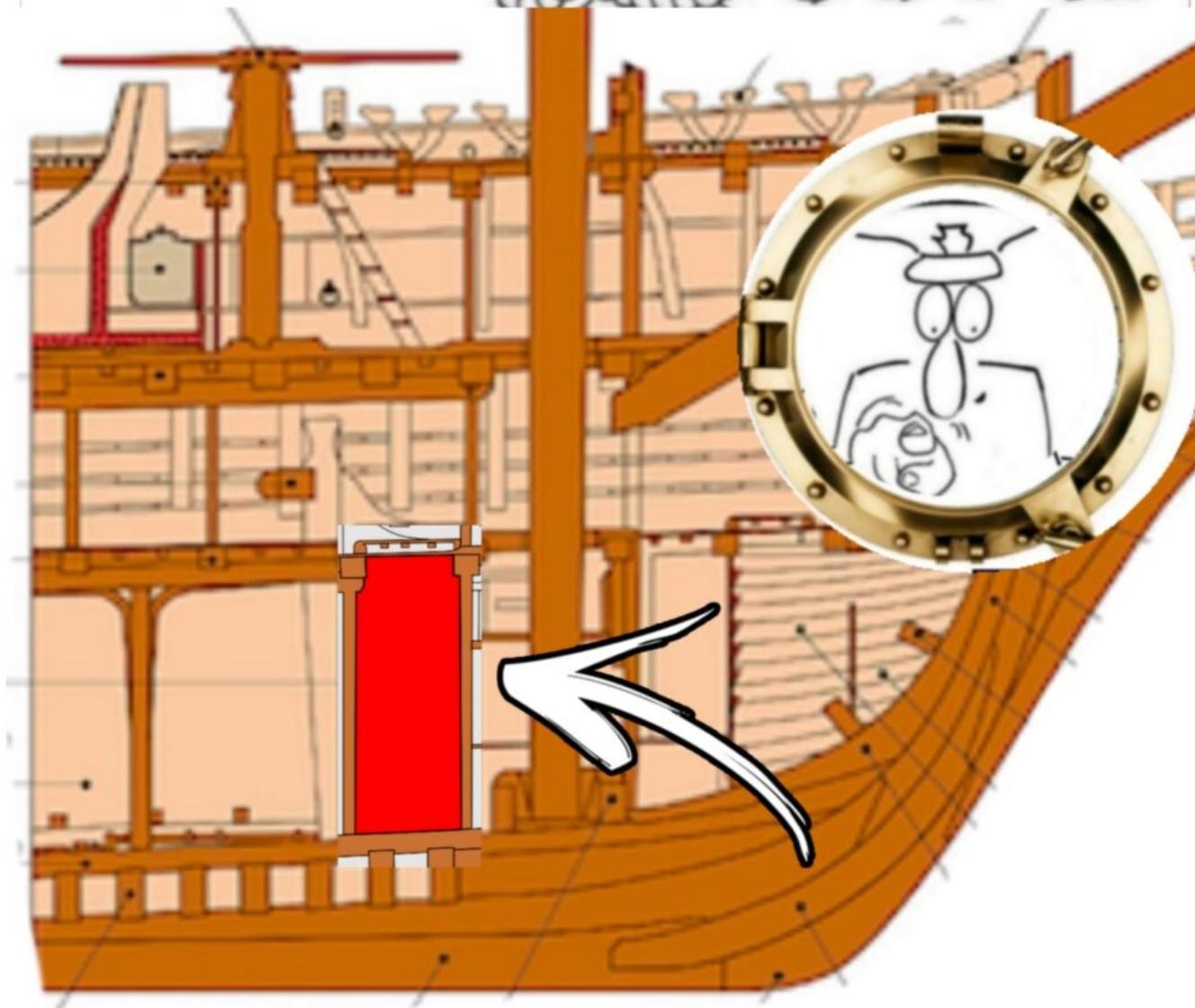
□□□□□□□□

La Fossa dei Leoni

L'OBLÒ
DEL COMANDANTE



ittà



18 novembre 2023 – Vespucci all'ormeggio nei cantieri Rio Santiago di Ensenada sul Rio della Plata

Nelle navi a vela, la *fossa dei leoni* (o fossa del nostromo), è l'espressione usata per designare la cala del nostromo, ovvero il deposito dove sono raccolti e conservati i generi di consumo e le cime in dotazione e di scorta dell'attrezzatura della nave.

L'accesso a questa cala è strettamente riservato ai nocchieri, e solamente a quelli, ai quali il

nostromo può consegnare la chiave.

☐⚓

Cieli sereni

PG

Ottimizza il Tuo Profilo su LinkedIn con ChatGPT per Massimizzare le Opportunità Professionali”

“Massimizza l’impatto del tuo profilo LinkedIn con ChatGPT e l’IA. Consigli su ottimizzazione, successi del curriculum e messaggi efficaci. Potenzia la tua carriera con intelligenza artificiale.”

Guida pratica alla scrittura di prompt efficaci per Intelligenze Artificiali: Strategie e Consigli

L’articolo esplora l’arte di scrivere prompt efficaci per intelligenze artificiali generative come Chat-GPT e Bard. I prompt chiari e dettagliati guidano l’IA verso risultati

desiderati. Spieghiamo il “chained prompting” e l’importanza di evitare ambiguità. Attenzione al ruolo emergente dell’“ingegnere dei prompt”!!

Il potere del ‘no’: Come dire di no può migliorare la produttività e il successo.

Saper dire no è essenziale per aumentare la produttività e concentrarsi sulle priorità. Eliminare ciò che non conta permette di raggiungere il successo e mantenere il focus.
#Produttività #Focus #Decisioni

“Le Tendenze del Lavoro 2023: Professioni più Richieste e Aree di Sviluppo per Aziende di Successo”.

Tendenze lavoro 2023: Richiesta crescente per figure IT, salute e green economy. Aziende investano in talenti, formazione e digitalizzazione per successo futuro.
#TendenzeLavoro #ProfessioniFuturo #DigitalizzazioneLavoro

L'intelligenza artificiale e le tecnologie low code stanno rivoluzionando il modo in cui lavoriamo.

L'intelligenza artificiale (AI) e le tecnologie low code stanno rivoluzionando il modo in cui lavoriamo. L'AI può automatizzare molte attività, mentre le tecnologie low code semplificano la creazione di applicazioni software senza la conoscenza del codice. Ciò consente alle aziende di essere più efficienti, produttive e innovative.

Come l'intelligenza artificiale può fornire un'assistenza personalizzata ai clienti.

L'intelligenza artificiale (AI) sta rivoluzionando il modo in cui le aziende operano, automatizzando attività, prendendo decisioni migliori e fornendo assistenza personalizzata ai clienti.

#PRENDIPOSIZIONE



di Redazione Online

[Amleta](#) è un'associazione di promozione sociale il cui scopo è contrastare la disparità e la violenza di genere nel mondo dello spettacolo.

È stata fondata da 28 attrici distribuite su tutto il territorio nazionale.

Amleta è un collettivo femminista intersezionale che punta i riflettori sulla presenza femminile nel mondo dello spettacolo, sulla rappresentazione della donna nella drammaturgia classica e contemporanea ed è un osservatorio vigile e costante per combattere violenza e molestie nei luoghi di lavoro.

Discriminazioni, stereotipi, sessismo, abusi, gender gap, gender pay gap, gestione dei fondi pubblici: **questo è il**

problema!

Amleta è nata per **raccogliere dati e monitorare** le differenze di trattamento tra donne e uomini nel mondo dello spettacolo, per **chiedere spazi** in cui le donne possano esprimere i loro talenti ed esercitare la loro intelligenza.

Amleta è nata tutte le volte che **sopra un molestatore o un abusante è stata messa la vernice glitterata dell'artista genio** a cui tutto è concesso.

Amleta è nata da tanto tempo e in tanti luoghi.

[A questo link il manifesto](#) della associazione, che noi di FUORI invitiamo a sostenere divulgando e soprattutto esercitando quotidianamente, nella vita e nel lavoro, i principi fondanti dell'Organizzazione.

Quando i miti animano le organizzazioni [parte 1]

di [Massimo Biecher](#)

Se invece di analizzare il mondo del lavoro in un'ottica analitica, lo leggiamo simbolicamente attraverso le lenti della psicologia archetipica, esso ci svela lati inediti ed insospettabili.

Introduzione



Negli ultimi due anni analizzando i miti dell'antica Grecia ([qui](#)) abbiamo appreso come essi non siano soltanto i protagonisti di una religione politeista ma che, in accordo con il modello della psicologia archetipica, interpretano i sentimenti e le emozioni che vivono in ciascuno di noi.

Per quanto riguarda le organizzazioni aziendali, c'è chi le chiama imprese, chi aziende, altri società, sono a disposizione innumerevoli libri che le analizzano proponendo soluzioni per renderle più redditizie ed efficienti e che forniscono consigli ai dirigenti su come trasmettere entusiasmo e passione ai loro collaboratori.

Il nostro scopo, invece, è quello di sostituire questa interpretazione con la visione che abbiamo mutuato ed adattato da una frase sovente ripetuta da James Hillmann il quale, citando il poeta inglese John Keats, diceva «Chiamate, vi prego il mondo -la valle del fare anima- e allora scoprirete a cosa serve il mondo». Noi invece, adattandola a questo contesto preferiamo dire «Chiamate, le organizzazioni -le valli del fare anima- e allora scoprirete a cosa esse

realmente servono».

Ma cosa si intende per fare anima ?

Si tratta di qualcosa di più e di più profondo che porre l'individuo al centro delle aziende, come anche noi abbiamo fatto negli articoli pubblicati otto anni fa sulla rivista edita dal Coni "Nuova Atletica ricerca in Scienze dello Sport", rivista riservata agli allenatori di atletica leggera (vedere bibliografia), ma adesso, riteniamo che sia arrivato il momento di fare un ulteriore salto di qualità e comprendere che i luoghi di lavoro sono anche spazi dove ognuno, interagendo con l'ombra dell'altro, ombra nel senso junghiano del termine, fa quello che gli antichi greci, chiamavano la «**γνώθι σαυτόν**– gnothi sayton» ovvero, «la conoscenza profonda di sé».

In quest'ottica, il cosiddetto «posto di lavoro», da mezzo di sostentamento, luogo per conseguire il successo personale, ma anche talvolta "covo di vipere", diventa il posto dove il nostro Ego, ovvero il lato «costruito» che facciamo vedere agli altri e che in primis nasconde a noi stessi la nostra vera ed unica essenza, si scontra con i lati oscuri, i cosiddetti lati ombra dei nostri colleghi e superiori con lo scopo aureo di aiutarci a «fare anima».

D'altro canto proprio Carl Jung, il "nonno" della psicologia archetipica soleva dire: «Non si diventa illuminati perché si immagina qualcosa di chiaro, ma perché si rende cosciente l'oscuro».

Ma per poter rendere visibile questo materiale non ancora elaborato, da noi tanto temuto ma che non necessariamente contiene aspetti malvagi o negativi, dobbiamo prima, in accordo con il modello che abbiamo preso in prestito dalla psicologia archetipica, riconoscere l'ombra sotto forma di miti che pervadono l'organizzazione e poi, identificare gli dei che simbolicamente agiscono dentro di noi, perché "fare

anima" vuol dire iniziare a comprendere le imperscrutabili dinamiche che operano all'interno della nostra psiche, anche e soprattutto grazie a coloro con i quali trascorriamo, magari senza provare alcuna particolare simpatia, otto o più ore, al giorno.

Ecco allora che questo universo di anime, tenute assieme da una comune finalità materiale, dove ciascuna di esse porta con sé le proprie fragilità, paure e talvolta nevrosi, può trovare un nuovo ed inedito senso nell'andare a lavorare.

Da questa nuova prospettiva, le relazioni tra leader e follower e tra colleghi di ufficio, sono finalizzate non solo ad attività concrete ma anche in modo, apparentemente subordinato, «a conoscere sé stessi».

In questa maniera per ciascuno di noi, il posto di lavoro assume una nuova valenza, ovvero diventa lo spazio dove facciamo il percorso di individuazione, dove facciamo esperienza delle leggi che governano la psiche, dove riconosciamo i nostri talenti, o meglio, dato che quest'ultima affermazione è un po' troppo inflazionata, è lì dove si scoprono i miti, nel nostro caso, gli dei dell'antica Grecia, che incarnano i nostri desideri, le nostre ambizioni ed aspirazioni.

Se coloro che ci leggono per la prima volta trovassero il nostro lessico inconsueto, li invitiamo a consultare alcuni articoli, specialmente i primi, che abbiamo dedicato alla rilettura dei miti dell'antica Grecia rivisti sotto le lenti della psicologia archetipica già pubblicati [qui](#).

Prima di scoprire quali sono i veri miti che agiscono dentro di noi, cominciamo ad esaminare alcuni falsi miti che permeano inconsciamente le organizzazioni.

Il mito dell'organizzazione



Il primo mito da sfatare è quello di ritenere che esista una sorta di creatura che trova il suo senso solo nel produrre o trasformare un bene od un servizio in qualcos'altro, mentre secondo la visione che stiamo proponendo, essa trova il senso più autentico, quando essa, per dirla alla Hillman «fa da teatro ai miti che la posseggono».

Solitamente ci si sforza di dare un senso all'esistenza di una impresa tramite la cosiddetta «mission aziendale» (se si usasse il termine missione si correrebbe il rischio di svelare un non detto, ovvero che si pretende dai collaboratori la medesima cieca ed incondizionata obbedienza che vige nelle congregazioni ecclesiali), ma che guarda caso, "freudianamente" viene appeso all'ingresso delle mense o dei bagni di alcune aziende quasi a voler sottintendere che essa è destinata a restare nel "Tartaro", ovvero nei luoghi oscuri,

profondi e quindi inconsci, dell' "Anima collettiva aziendale".

La missione aziendale diventa così quella che lo psicoanalista britannico Donald Winnicott, speriamo che bonariamente ci perdoni per aver trasportato il suo termine al di fuori degli ambiti tradizionali, chiamerebbe "il falso sé dell'organizzazione", che in questo specifico caso, si identificherebbe con il tentativo di rimuovere lo scopo che non viene esplicitato, ovvero: «Noi esistiamo per fare soldi».

Non contestiamo questo assunto che anzi, riteniamo legittimo, ma il non ammetterlo, lo relega nell'inconscio dell'"anima dell'impresa" e lo trasforma in quel non detto, il cui silenzio col tempo diventerà così assordante, da oscurare quella che con un superfluo anglesismo, verrà chiamata "mission".

L'azienda, invece, è molto di più, ed infatti, parafrasando e ricontestualizzando James Hillman «essa non è tanto una risultante di forze e pressioni, quanto piuttosto l'attuazione di scenari mitici» dei quali purtroppo viene fraintesa e talvolta mistificata, la sua essenza più intima.

Quando sentiamo dire «Il capo non riconosce le mie idee», oppure «il capo non vale nulla e se Io fossi al suo posto farei meglio di lui..» oppure, quando si sente ripetere il refrain «se l'azienda non va come dovrebbe è tutta colpa di Tizio», quest'ultimo, precisiamo, è il classico esempio del capro espiatorio, significa che, da un punto di vista archetipico, stanno agendo inconsciamente tre scenari mitici e quindi inconsci.

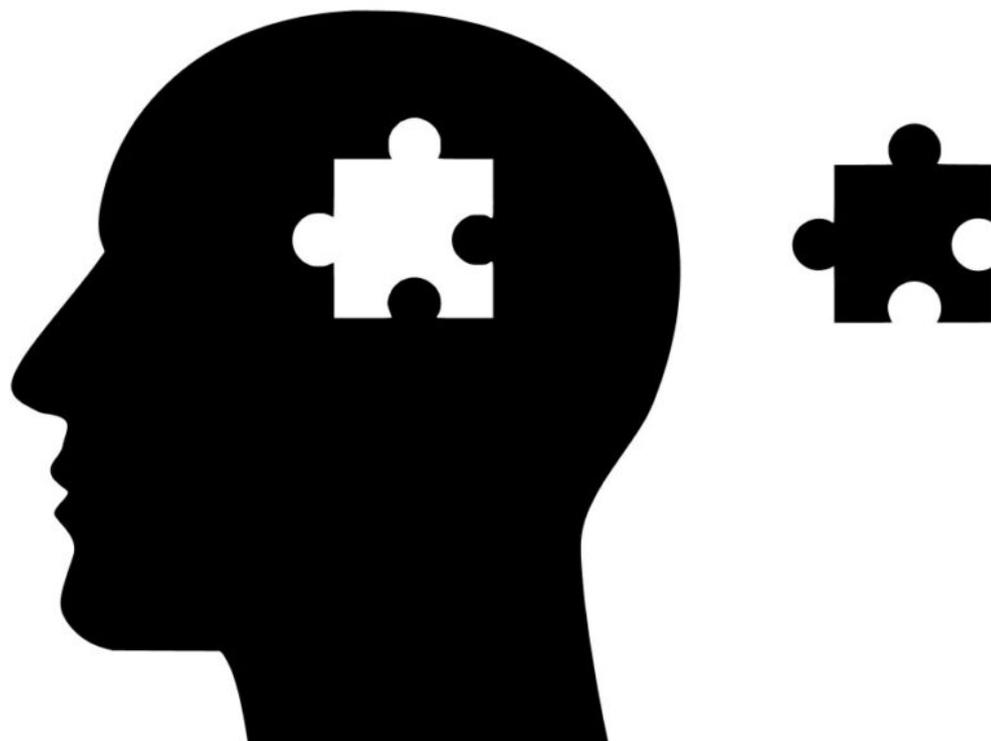
Nel primo caso è il dio Chronos ad entrare in azione o meglio, l'istanza psichica da lui simbolizzata, che sebbene affermasse pubblicamente «Io non sarò mai come mio padre Urano», similmente al genitore rinnega la sua progenie, o meglio

ancora, fuor di metafora, usa le idee dei collaboratori senza riconoscerne pubblicamente il contributo.

Il secondo rappresenta il dio **Φαέθων** – Phaeton che per invidia o per senso di inferiorità nei confronti dell'amico **Ἐπᾶφος**– Epafos, il figlio di Zeus, prende le redini del carro del padre Apollo per dimostrare il proprio valore ed invece combina un vero e proprio disastro.

Ed in fine nel terzo caso, il Tizio del terzo esempio incarna la [Chimera](#) (dal greco **χίμαιρα** – chimaira , capra) il mostro che simbolizzando le contraddizioni, le incapacità a far fronte alle difficoltà che coesistono all'interno del luogo di lavoro, va invece sacrificato, fuor di metafora isolato, per placare i sensi di colpa causati dall'incapacità di misurarsi in maniera creativa, con quelli che sono i veri problemi che attanagliano l'azienda.

Il mito della tecnica e della ragione

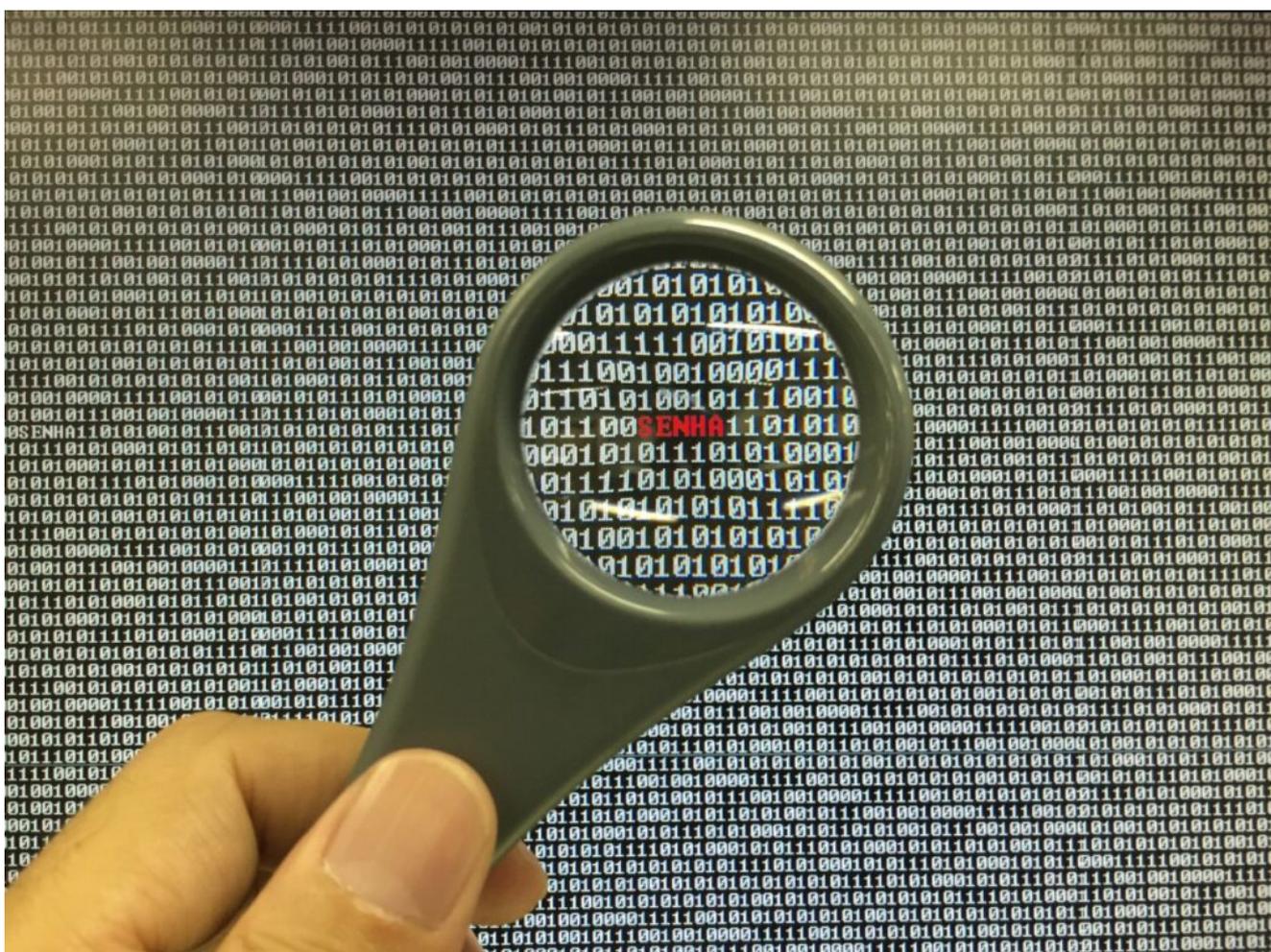


Un altro mito che pervade le aziende è di ritenere che per poter superare le crisi e le difficoltà, per essere vincenti sul mercato e primeggiare sui concorrenti, bisogna operare sempre in modo logico e razionale, investire in strumenti che permettono di migliorare sia l'efficienza produttiva che l'organizzazione del lavoro.

In realtà anch'esso è figlio della repressione e della negazione dell'ansia causata dall'angoscia di perdere il posto del lavoro, che è lo strumento per procacciarsi il

sostentamento (gli utili nel caso degli azionisti) e che nel nome della fiducia incrollabile nei confronti della Ragione, finisce per deprimere, umiliare e ledere gli aspetti a nostro avviso più autentici e preziosi degli individui, ovvero le loro emozioni, i loro sentimenti e la loro dignità.

Il mito del controllo



Un altro mito, o come la definisce la psicoanalisi prevalente, la formazione reattiva, causata dalla paura negata e/o repressa che l'azienda possa fallire, consiste nel controllo.

Ogni azienda, ogni istituzione o associazione ha la doverosa necessità di istituire dei sistemi di controllo finalizzati alla verifica che non vi siano dispersioni, furti, sprechi di denaro o di tempo.

Talvolta, questo processo, da mezzo finalizzato ad una corretta ed oculata gestione ad ogni livello e funzione, sfugge di mano e diventa il fine. Quando ciò avviene, il sintomo rappresentato da questo mito, si manifesta tramite colei o colui che mette in atto questi controlli, il quale (ovviamente ciò non è sempre vero), più che temere di perdere il controllo sulla struttura, è preoccupato di perdere il controllo di sé.

Ma quand'è che si teme di perdere il controllo di sé stessi?

Si perde il controllo di sé tendenzialmente quando si teme di non avere abbastanza fiducia nelle proprie qualità e nel proprio valore.

Ma direte, com'è possibile che manger laureati nelle università più prestigiose, che hanno frequentato Master presso le scuole di formazione più rinomate e che esteriormente appaiono dotati di sicurezze granitiche, dovrebbero avere poca fiducia in sé stessi?

Perché sono esseri umani. (e a questo punto si potrebbe parlare, ma questa volta non ci asterremo, del falso mito secondo cui il conseguimento di un titolo di studio comporti anche un'espansione della consapevolezza di sé e quindi, al progressivo raggiungimento dell'equilibrio interiore).

A tal proposito, il professore di Harvard ed dell'Insead, Manfred Kets de Vries, ha pubblicato diversi libri, alcuni dei quali li trovate in bibliografia, che smascherano il mito del dirigente freddo, infallibile e risoluto.

Il problema è che queste paure ed insicurezze, si riverberano sia sui familiari, ma questo attiene alla loro sfera privata, che sulle aziende, portano a definire sistemi di pianificazione e monitoraggio che, nei casi più esasperati, portano a distrarre le risorse umane (e non) che gli sono state affidate da quelle che sono le vere priorità del business, ma soprattutto pregiudicando la tanto agognata

efficienza.

Pertanto, quella che dovrebbe essere la medicina il cui compito dovrebbe essere quello di prevenire il male, finisce per diventare il veleno che distrugge, paralizza e soffoca le aziende.

Ma c'è un altro effetto collaterale, questa volta un sottinteso, che riguarda i collaboratori e che consiste nel trasmettere loro il messaggio del, «Io non mi fido di te».

Ciascuno di noi avrà probabilmente, almeno una volta nella vita sperimentato quanto distruttiva possa essersi rivelata, soprattutto durante la fase di crescita e sviluppo, la sfiducia da parte di una figura di riferimento, genitore o insegnante che sia e riuscirà pertanto ad immaginare facilmente gli effetti che la sfiducia ha sulla motivazione.

Il mito del cambiamento e della crisi come opportunità di crescita



Un altro mito che pervade le aziende é quello che riguarda non tanto un aspetto della filosofia Zen rappresentato dal miglioramento continuo, ma quello che riguarda la sua ombra, in senso junghiano ovviamente, del mito del cambiamento.

Soprattutto in questi tempi di crisi, leggiamo e ci sentiamo dire che «la crisi è un'opportunità» ed anzi, per poterle prevenire, saremmo costretti a cambiare continuamente.

A dire il vero, questa filosofia viene efficacemente già applicata nei settori creativi come quello della moda, dello

spettacolo e dell'arte, ma riversarla tout court a tutti gli altri settori senza prima un'adeguata verifica se il cambiamento comporta un miglioramento o meno, può anche essere pericoloso.

Questo mito, purtroppo, nasconde anche un'insidia che finisce per popolare l'inconscio collettivo dell'organizzazione e che consiste nel concetto non verbalizzato e quindi sottaciuto, che «se tu non cambi, sei fuori».

Ora, al di là degli inevitabili timori riguardanti il proprio destino economico, che però esulano dal nostro contesto, ciò che si rivela letale per la stabilità emozionale e psichica dei collaboratori è che si sta dicendo a livello subliminale: «tu così come sei non mi piaci» evocando quindi sempre a livello inconscio immagini legate all'infanzia, quando eravamo costretti a modificare il nostro comportamento per essere accettati dai nostri genitori.

Quest'ultimo non detto, a nostro avviso è ben più destabilizzante della sottintesa mancanza di fiducia fatta risuonare dall'eccesso di controllo, perché qui il vero tema, non è «cosa posso modificare affinché l'azienda per cui lavoro resti competitiva» ma risuona fino al piano più intimo e primordiale che c'è in noi.

Ovvero, “Cambiare per non perdere l'amore dei nostri genitori”.

Continueremo la nostra analisi nella prossima uscita.

Bibliografia

- Daniel Goleman (1996): “Intelligenza emotiva” – Rizzoli editore
- Daniel Goleman (1998): “Lavorare con intelligenza emotiva” – Rizzoli editore

- Gian Piero Quaglino: Leadership (2005) ed. Cortina.
- Gian Piero Quaglino: Psicodinamica della vita organizzativa (1996) ed. Cortina
- James Hillman – Articolo di presentazione della Psicologia Archetipica sul [sito Treccani:](#)
- James Hillman – Re-visione della psicologia Edizione Adelphi 1983
- James Hillman – Il codice dell'anima Adelphi 1996
- Jean Sinoda Bolen : Gli dei dentro la donna (1993) Casa editrice Astrolabio
- Jean Sinoda Bolen. Gli dei dentro l'uomo. Casa editrice Astrolabio. 1995
- Jean-Pierre Vernant – Mito e religione in Grecia antica 2009
- Manfred Kets de Vries – Danny Miller (1992) “L'organizzazione nevrotica: una diagnosi in profondità dei disturbi e delle patologie del comportamento organizzativo” Raffaello Cortina”
- Manfred Kets de Vries – Leader, giullari e impostori (1996) – Raffaello Cortina editore
- Manfred Kets de Vries – Successi e fallimento della Leadership – Ferrari e Sinibaldi 2017
- Massimo Biecher : Evoluzione del concetto di leadership nel mondo delle aziende italiane e statunitensi – Cosa rende un leader una persona di valore che ha impatto sulle persone? – Nuova Atletica ricerca in Scienze dello Sport – ANNO XLII – N. 244-245 ripubblicato sul sito [academia.edu](#)
- Massimo Biecher : L'altra faccia della leadership. Saper guidare le persone verso gli obiettivi Nuova Atletica ricerca in Scienze dello Sport – ANNO XLII – N. 246 ripubblicato sul sito [academia.edu](#)
- Massimo Biecher : La responsabilità degli obiettivi – Nuova Atletica ricerca in Scienze dello Sport- ANNO XLII – N. 247-248 ripubblicato sul sito [academia.edu](#)
- Massimo Biecher : Emozioni e Leadership Nuova Atletica ricerca in Scienze dello Sport – Nuova Atletica ricerca



[Ma](#)
[ss](#)
[im](#)
[o](#)
[Bi](#)
[ec](#)
[he](#)
[r](#)

Ha lavorato per medie e grandi aziende, anche quotate alla borsa di Milano, sia del settore costruzioni civili che del settore beverage, organizzando e gestendo canali e reti di vendita in Italia e all'estero. Attento osservatore delle dinamiche relazionali, trova nella psicodinamica organizzativa ed in particolare nelle pubblicazioni del prof. Gian Piero Quaglino e dello psicanalista e docente di Harvard e dell'INSEAD, Manfred Kets de Vries, un modello nel quale l'individuo viene posto al centro del mondo del lavoro. Questa visione fa sì che il focus si sposta dalle organizzazioni alle relazioni interpersonali, analizzate mediante gli strumenti forniti dalla psicoanalisi di stampo junghiano. Combinando questi studi con la pratica operativa, su una rivista edita sotto l'egida del Fidal-CONI e di un comitato tecnico scientifico intitolata "Nuova Atletica: ricerca in scienze dello sport", ha pubblicato diversi articoli che si proponevano di illustrare questa visione agli allenatori di atletica leggera chiamati non solo ad ottenere risultati ma soprattutto a formare e trasmettere valori positivi ai giovani atleti. Successivamente, spinto dalla necessità di ricercare una prospettiva che ponesse al centro il mondo delle emozioni e degli impatti che esse hanno sul mondo del lavoro, è approdato agli studi dello

psicoanalista americano James Hillman, il quale, partendo dalla riscoperta del mondo classico che è avvenuta durante il rinascimento italiano per merito di alcuni intellettuali come Marsilio Ficino, Nicolò Cusano, Giambattista Vico e molti altri, ha scorto nel modello che, nei simboli e nelle immagini contenute nei racconti della mitologia greca, intravede la strada che conduce alla conoscenza di sé ed alle leggi che regolano i rapporti tra le persone. Dal 2020 pubblica mensilmente su un web magazine articoli che, rileggendo attraverso le lenti della psicologia archetipica i miti dell'antica Grecia, mirano a far tornare in vita immagini, emozioni e sentimenti che essi evocavano negli antichi. Ha partecipato con dei contributi personali alla pubblicazione di due libri, ed uno, di cui è il solo l'autore, uscirà a breve.