

PANFLETICO ESTRATÉGICO

nº4

La vuelta al cole... se acabó el "caloret"... llega el otoño y, con él, el inicio de la formación...
¡Empezamos la séptima edición!

Empezamos la séptima edición... ¡quién nos lo iba a decir! ...nosotros, que acompañamos la entrada del enfoque estratégico en este país... sí, nosotros, que, después de tanto tiempo aprendiendo y cultivando el arte de estar en segundo plano con los mejores que nos venían de otros lugares de Europa y de Estados Unidos, un día, decidimos crear nuestro propio sello estratégico, en cuanto a formación nos referimos... y que después de dos o tres años de laboratorio y estudio, por fin, acabamos de construir una formación basada en la filosofía, la lógica, la métrica y la tonalidad estratégica, acompañada de sus respectivos ejercicios, prácticas y "tareas para casa", vídeos y transcripción de

casos (¡vaya tela de curro!)... e, incluso, hemos tenido la osadía de crear, inventar, construir, o sinónimos varios, un nuevo "corpus de estudio", al que hemos llamado **psicomitología estratégica**... sí, podemos decir que hemos tenido el privilegio de "capitanear" este barco durante seis años, donde embarcaban cada año diferentes tripulaciones y que nos han ayudado a enriquecernos todos mutuamente... sí, estamos orgullosos de nuestra formación, mejorable (solo faltaría), opinable y criticable (solo faltaría) y, con todo, podemos decir que está hecho con corazón y honestidad. Nos sentimos muy orgullosos de haber introducido a tantas personas en el mundo fascinante de la **acción estratégica**, de haber ayudado también a desarrollar esa sabiduría necesaria para moverse en este mundo, como es la **inteligencia estratégica**...

Así que aquí nos tenéis, dispuestos y preparados para una nueva edición, dispuestos a compartir esta travesía tan divertida (aunque rigurosa), apasionante y un poco misteriosa.

Pero, ya sabéis vosotros, los panfletíquicos de siempre, que nuestro deseo compartido es aumentar el número de apasionados por hacer que la vida sea un poco más vivible, siempre complicada, pero no por ello obligatoriamente difícil. Lo contrario de difícil es fácil; lo contrario de complicado es simple. La vida siempre es complicada, ¿fácil o difícil? depende de como interactuemos.

PENSAMIENTO DEL DÍA

Yo siempre quise ser alguien... debería haber concretado más...





PANFLETO ESTRATÉGICO

PASATIEMPOS

Si un hombre está parado en la mitad de un bosque y no hay ninguna mujer en kilómetros que pueda escucharlo, él... ¿sigue estando equivocado?

- ¿De dónde vienes?
- De una clínica donde te quitan las ganas de fumar.
- Pero ¡si estás fumando...!



- Sí... pero sin ganas.



Redactores ... y directores, diseñadores, compositores, autores, impresores, limpiadores, asistentes, chicos de los recados... currantes,...

Santi Olmo
santio1964@gmail.com

Adela Resurrección
adela.rc@telefonica.net
www.terapiaestrategica.es
intervencion@terapiaestrategica.es
www.facebook.com/IntervencionEstrategica

El proceso de cambio necesita diferentes combustibles y debemos conocerlos y gestionarlos porque ninguno es ilimitado

El planteamiento inicial de cualquier intervención estratégica sigue unas directrices concretas que comienzan por una buena definición del problema, no cualquier definición, ni la máxima información posible; desde el punto de vista estratégico necesitamos conocer qué está pasando, en sus manifestaciones concretas, los elementos observables, descartando en lo posible cualquier interpretación. Así mismo, definiremos los intentos de solución disfuncionales, todo aquello que el sistema ha puesto en marcha para intentar resolver la situación pero que no lo ha conseguido, también en sus aspectos observables (quién ha hecho qué, de qué manera y durante cuánto tiempo). Con estos datos establecemos un primer objetivo (concreto, en positivo, realista) en la dirección de un objetivo más general, es decir, un cambio, que perturbe de manera permanente el círculo vicioso de la soluciones intentadas que mantiene el problema. Un cambio que desde nuestro punto de vista tiene que ser observable por los demás miembros del sistema. En este punto, podemos diseñar a medida un conjunto de estrategias, personalizadas y adaptadas a las personas, a la situación y al momento de la intervención. En este punto es necesario conocer los recursos disponibles: humanos, materiales y... el campo de fuerzas.

El **campo de fuerzas** comprende todas esos elementos que, en la naturaleza humana, intervienen, determinan, favorecen o entorpecen el camino hacia el cambio deseado. En algún grado, todas estas fuerzas están presentes en cualquier situación vivida por un sistema viviente y, en sus manifestaciones observables, son susceptibles, en diferentes grado, de ser potenciadas, bloqueadas, canalizadas o redirigidas con el fin de favorecer el cambio. Es obvio que algunas de estas fuerzas tienen más relevancia que otras, como la fuerza de la necesidad, ligada a la supervivencia, por lo que desde nuestro punto de vista es por excelencia el gran motor del cambio; la fuerza del compromiso, como bien saben los psicólogos sociales, es también un importante aliciente, mucho más que la fuerza de voluntad (psicomito 1), que tan buena fama tiene y que a menudo resulta un recurso muy limitado. La fuerza del contexto comprende todos aquellos elementos del sistema que interactúan entre sí y que enmarcan y determinan nuestra capacidad de maniobra. Otro gran psicomito, la motivación o la fuerza del deseo es frecuentemente un ente extraño y abstracto porque si consigo algo es que estoy motivado y si no lo consigo es que no han sabido motivarme... a veces la tenemos, a veces nos la tienen que dar, otras veces tenemos que proporcionarla y que desgraciadamente no vende en cómodas píldoras. Este baile del *locus* de control nos desmotiva bastante :-)

La fuerza de las emociones se merece un artículo aparte. ¡qué las fuerzas os acompañen!