

A MISURA D'UOMO

SEZIONE DI
PSICOLOGIA DEL LAVORO

7

Direttore

Giordano PIERLORENZI
Direttore Poliarte di Ancona

Comitato scientifico

Per l'ergonomia

Francesco MARCOLIN
Università di Udine

Melchiorre MASALI
Università di Torino

Per l'antropometria

Emanuela GUALDI
Università di Ferrara

Elisabetta MARINI
Università di Cagliari

Margherita MICHELETTI CREMASCO
Università di Torino

Mila TOMMASEO PONZETTA
Università di Bari

Per la psicologia del lavoro

Enzo SPALTRO
Università delle Persone di Bologna

Referente per l'estero

Irene SCHLAC
Università di Berlino

Comitato di redazione Poliarte

Andrea MONTESI
per l'ergonomia e l'antropometria

Maria PAPACOSTA
per la psicologia generale

William SBACCO
per la psicologia del lavoro

Chiara SGRECCIA
per la cultura del design e filosofia
del progetto

A MISURA D'UOMO

SEZIONE DI PSICOLOGIA DEL LAVORO

Omnia in mensura et numero et pondere

Le esigenze dell'uomo contemporaneo sono così evolute e amplificate da richiedere alle moderne scienze e tecnologie soluzioni sempre più avanzate. La *mass customization* s'impone nella nostra epoca consentendo all'uomo di personalizzare un prodotto industriale adattandolo a sé. L'uso flessibile del CAM (*Computer Aided Manufacturing*) gli consente infatti di soddisfare il proprio desiderio di distinguersi dagli altri consumatori. È il ritorno all'oggetto su misura, in cui, tuttavia, la tradizione artigiana del capolavoro deve dialogare con la produzione industriale in serie, attuando la cultura postindustriale e oltrepassando la postmodernità. Così, l'unico e il molteplice, l'originale e lo standard, il singolare e il plurale superano la bipolarità nella *coincidentia oppositorum*: artigianato-industria, arte-design. La misura ritorna dunque la cifra delle relazioni spaziali con gli oggetti e con gli uomini, il criterio per conoscere e progettare, lo strumento per conseguire la qualità della vita e il benessere personale e sociale. Il merito di questa rivalutazione del "su misura" spetta certamente a discipline come il design e l'ergonomia, che incentrandosi sull'uomo lo riaccreditano "misura di tutte le cose", fattore primario nel rapporto con gli oggetti, le macchine e l'ambiente, dando nuovo valore alle concezioni di Vitruvio, Leonardo e Le Corbusier.

La collana presenterà risultati di studi, ricerche e sperimentazioni antropometriche, prossemiche, ergonomiche e della psicologia sociale, facendo riferimento all'ambiente in tutte le sue declinazioni, in particolare quello di lavoro, maggiormente condizionante per l'uomo. Una collana con la finalità di divulgare la cultura del benessere, ammiccando al *bellessere*. Una cultura che consenta di migliorare le proprie condizioni di vita passando da uno stato in cui possa affermare «Sto bene qui, ora» a quello in cui possa aggiungere «Mi piace star bene qui, ora». Una cultura che promuova l'educazione emotiva a fianco di quella razionale, per un umanesimo integrale di maritainiana memoria.

Il *bellessere* è una realtà aumentata, il passare da una situazione di carenza a una di abbondanza, come sostiene Enzo Spaltro. È vivere in pienezza, in quella condizione favorevole che sant'Agostino descrive icasticamente con l'aforisma: «La misura dell'amore è amare senza misura», a distinguere il contingente dal trascendente.

La collana è strutturata in due sezioni, una dedicata all'antropometria e all'ergonomia, l'altra alla psicologia del lavoro, in un *unicum* sottile e immateriale sempre presente, rappresentato dall'idea di progetto.

Volume pubblicato con il contributo del Dipartimento di Scienze della
Formazione (DISFOR) dell'Università degli Studi di Genova.

Marco Schiavetta

Lavorare sapendo ascoltare

Competenze di counseling per il sociale

Prefazione di
Angelo Gianfranco Bedin





Aracne editrice

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXVII
Giacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.giacchinoonoratieditore.it
info@giacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20
00020 Canterano (RM)
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-0577-1

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: agosto 2017

Non di dove venite sarà
d'ora in poi il vostro onore,
bensì dove tendete! La vostra
volontà e il vostro piede che
vuole portarvi al di là di voi
stessi: questo sarà il vostro
nuovo onore!

Friedrich W. Nietzsche,
Così parlò Zarathustra

- 9 *Prefazione*
di Angelo Gianfranco Bedin
- 13 *Introduzione*
- 19 **Capitolo I**
Aiutare a comunicare. Essere in con-tatto
1.1. Il counseling, 19 – 1.1.1. *Dal frame etimologico alla pratica*, 21 – 1.2. Il *counselor*, 24 – 1.2.1. *Campi d'intervento del counselor*, 25 – 1.2.2. *L'intervento attuato dal counselor*, 27 – 1.3. Interessi, bisogni, disagi, 30 – 1.3.1. *Il coping*, 31 – 1.3.2. *Riconoscere i bisogni*, 33 – 1.3.3. *Le pressioni costanti dell'ambiente*, 35 – 1.3.4. *Cause e concause del born out*, 38 – 1.4. *Aiutare a sostenere*, 41 – 1.4.1. *Costruire l'intervento*, 42 – 1.4.2. *Possibili campi d'intervento* 45 – 1.4.3. *Empowerment costruito multilivello*, 47 – 1.5. La comunicazione nelle relazioni d'aiuto, 49 – 1.5.1. *La costruzione del sociale*, 51 – 1.5.2. *La negoziazione costante di significato*, 53 – 1.5.3. *La metafora come forma del pensiero*, 55
- 59 **Capitolo II**
Etica comunicativa. Essere il verbo
2.1. Etica e giustizia sociale, 59 – 2.1.1. *Il peso del giudizio morale nelle scelte*, 61 – 2.2. Etica applicata: codici deontologici e codici etici, 63 – 2.2.1. *Gli orizzonti di senso*, 65 – 2.2.2. *L'agire comunicativo*, 67 – 2.2.3. *Normazione del codice*, 68 – 2.3. Etica del discorso ed etica della comunicazione, 71 – 2.3.1. *Il concetto dell'agire comunicativo*, 72 – 2.3.2. *Etica della comunicazione*, 73 – 2.4. Perché parliamo di competenza, 76 – 2.4.1. *Il concetto di competenza*, 77 – 2.4.2. *Certificare la competenza*, 79 – 2.4.3. *Quel qualcosa definito competenza*, 81 – 2.4.4. *I descrittivi di competenza*, 83 – 2.5. Competenza ed etica nella professione del *counselor*, 84 – 2.5.1. *La non direttività*, 86 – 2.5.2. *Il profilo etico del counselor*, 88
- 93 **Capitolo III**
Come comunichiamo. Parlare non significa comunicare
3.1. Come siamo e come ci pensiamo, 93 – 3.1.1. *La conoscenza del sé*, 94 – 3.1.2. *La coerenza del sé*, 95 – 3.1.3. *L'auto-monitoraggio*, 97 – 3.2. Model-

lo classico o *standard* della comunicazione, 99 – 3.2.1. *Il concetto di stigmergy*, 101 – 3.2.2. *Le evoluzioni del modello di Shannon*, 104 – 3.3. Modello pragmatico della comunicazione, 106 – 3.3.1. *L'impossibilità di non-comunicare*, 107 – 3.3.2. *I livelli comunicativi di contenuto e di relazione*, 108 – 3.3.3. *La punteggiatura della sequenza di eventi*, 109 – 3.3.4. *La comunicazione numerica e analogica*, 110 – 3.3.5. *L'interazione complementare e simmetrica*, 111 – 3.4. Modello inferenziale della comunicazione, 112 – 3.4.1. *Comunicazione linguistica "riuscita"*, 113 – 3.4.2. *Il modello in funzione*, 115 – 3.4.3. *Il parlare non letterale*, 116 – 3.5. Comunicazione Vs cognizione, 119 – 3.5.1. *La pertinenza degli input*, 120 – 3.5.2. *Pertinenza e sforzo mentale negli input*, 122 – 3.5.3. *Gli indicatori fisiologici automatici*, 124 – 3.5.4. *Lo stimolo ostensivo*, 126 – 3.6. Cognizione Vs comunicazione, 128 – 3.6.1. *Contenuto esplicito e significato implicito*, 129 – 3.6.2. *La pragmatica lessicale*, 131 – 3.6.3. *La teoria della mente*, 133 – 3.6.4. *Pertinenza e TOM*, 135

139 Capitolo IV

Bisogno comunicativo. Riuscire a "tirar fuori"

4.1. Le relazioni, 139 – 4.1.1. *Le condizioni di verità*, 140 – 4.1.2. *Il flusso di informazioni*, 142 – 4.1.3. *Condividere qualcosa*, 144 – 4.2. I confronti, 146 – 4.2.1. *Creare rapporti*, 148 – 4.2.2. *Leadership*, 149 – 4.2.3. *La fiducia nell'agire in relazione*, 151 – 4.3. I ruoli, 153 – 4.3.1. *Il principio di cooperazione*, 155 – 4.3.2. *La co-costruzione del Sé e dell'Altro*, 157 – 4.3.3. *Il riconoscimento sociale*, 159 – 4.3.2. *Società moderna ad accesso diretto*, 161 – 4.4. Motivo e motivazione, 163 – 4.4.1. *Gli studi di Maslow*, 164 – 4.4.2. *Le motivazioni*, 165 – 4.4.3. *La demotivazione*, 167 – 4.4.4. *Comportamento e valori etici*, 169 – 4.4.5. *Cultura e sviluppo sostenibile*, 171 – 4.5. *Empowerment* e sviluppo personale, 173 – 4.5.1. *Il processo del self empowerment*, 175 – 4.5.2. *Come ci valutiamo*, 178 – 4.5.3. *Relazioni positive*, 180 – 4.5.4. *Prospettive di crescita personale*, 183 – 4.6. Motivazione e volontà, 184 – 4.6.1. *Gli aspetti motivazionali*, 185 – 4.6.2. *L'autoefficacia*, 188 – 4.6.3. *La volizione*, 189 – 4.6.4. *Il passaggio del Rubicone*, 191

195 Capitolo V

Riflessioni finali. Essere in ascolto

5.1. La proposta di *counseling*, 195 – 5.1.1. *La forza del dialogo*, 196 – 5.1.2. *Il linguaggio parla*, 198 – 5.2. Le capacità interpretative, 200 – 5.2.1. *Lo schema della comprensione*, 201 – 5.2.2. *Le inferenze metacomunicative*, 203 – 5.2.2. *Il colloquio (dialogo) nel counseling*, 205 – 5.3. L'etica del limite, 207 – 5.3.1. *La co-dipendenza*, 208 – 5.3.2. *Il cliente al centro*, 210

215 *Bibliografia*

225 *Sitografia*

Prefazione

di Angelo Bedin¹

Districarsi nella accezione e uso del termine *counseling* e della dimensione professionale del *counselor* o *counsellor* (UK) è sempre stato arduo e irto di letture difensive di chi sosteneva la visione generata dalla propria posizione: riscontrabile fra colui che la praticava e quello che la osservava dalla sua finestra professionale. Pensiamo agli psicologi (*counsellor*) e ai *counselor*.

I primi ordinati e battezzati professionalmente con il diritto di esercizio professionale in ambito sanitario, i secondi con l'intento di cogliere i bisogni di risposta specifica del cliente e orientati a curare il dilemma psicologico – esistenziale.

Difficile posizionarsi se non in maniera spesso ideologica di chi difende una posizione e di chi cerca di fare breccia per convincere della bontà del suo intento.

Schiavetta, fa luce e coglie il problema e il dilemma e fin dal primo capitolo separa l'arte terapeutica della cura "psicologica" dal "consiglio", dall'attenzione professionale del *counselor* che ascolta e supporta il cliente, affronta con strumenti e risorse per gestire e risolvere un problema della quotidianità: sia esso di tipo relazionale che contestuale.

¹ Angelo Bedin insegna psicologia del lavoro e delle organizzazioni all'Università di Genova, dove svolge la funzione di coordinatore didattico per il Dipartimento di Scienze della Formazione di alcuni master nell'area del disagio e delle disabilità. Consulente aziendale dal 1981 al 2015, dove ha ricoperto ruoli di responsabilità manageriale; negli ultimi 30 anni si è occupato di aziende di credito e sanitarie come esperto di valutazione del potenziale e di consulenza manageriale. Ha trascorso gli ultimi dieci anni in sanità, coordinando come responsabile i servizi per la disabilità e persone fragili. Membro dell'Osservatorio permanente delle persone con Disabilità (Ministero del lavoro e delle politiche sociali) dal 2011 ad oggi.

L'empatia, la capacità di ascolto, il saper entrare in relazione diventano gli strumenti trasversali di ogni competenza formativa e settoriale al quale il *counselor* deve rapportarsi. Tratti caratterizzanti tipici di chi accompagna la persona nella rilettura del suo problema in un percorso di soluzioni a breve.

Gli spazi che il *counselor* può occupare sono molti: da quello sulla persona a quello sull'organizzazione, da chi ha un disagio legato al contesto sociale e politico in cui vive a quello organizzativo ove non riesce a trovare o a far riconoscere le chiavi di lettura per mantenere comportamenti coerenti con i valori e i modelli aziendali.

L'autore come un assistente di viaggio ci accompagna a prendere il nostro posto in carrozza per andare a conoscere i meccanismi, le modalità di approccio, le competenze che vengono richieste al *counselor*. Lo fa facendoci scegliere, orientare rispetto alle diverse opportunità professionali per farci conoscere gli strumenti specifici che ci richiede il mestiere.

In maniera leggera si toccano i diversi aspetti della fragilità dal *burn out* all'*empowerment*, il quale per il suo approfondimento, sviluppato nel 4° capitolo, merita una lettura approfondita per gustarsi il piacere di sapere. Ma chi è il *counselor*?

Leggendo il contributo l'autore ci conduce e ritiene utile collocarlo come un esperto di intelligenza emotiva. Che fa conoscere all'individuo i suoi sentimenti, gli insegna a modularli, ad autoregolarsi, a gestire le emozioni e a differenziarle a seconda degli interlocutori e dei contesti.

Risorsa anche per l'organizzazione, alla quale fornisce strumenti per utilizzare le espressioni emotive come culture sociali e collettive, non solo da espellerle laddove non si incasellano nella razionalità organizzativa, ma per utilizzarle per un migliore o diverso funzionamento dell'organizzazione aziendale, per leggere i fenomeni intersoggettivi e gruppalì.

Quando alla fine degli anni novanta lavorando con Massimo Brusciaglioni alla riorganizzazione di un grande gruppo di banche, lui si occupava di *empowerment* e io di valutazione del potenziale, entrambi con uno scopo favorire la riorganizzazione della nascente nuova azienda sulle ceneri delle precedenti, alla

ricerca di come trasmettere “linfa” alle persone e cercare nei loro anfratti psicologici le energie le potenzialità per il nuovo progetto che li aspettavano, ci domandavamo come si poteva ripensare a un profilo professionale non manicheo e portatore dei singoli retroterra, che mettesse insieme competenze psicologiche, organizzative, saperi e valori, sentimenti e regolazioni, con capacità di accompagnare come fa il *coaching*.

Ognuno di noi pensava a un livello maggiore di ulteriore specializzazione della propria dimensione professionale. Non ci accorgevamo che strade più corte come quella del *counselor*, se accettate dall’individuo che aveva “paura dello strizzacervelli” e del “*work empowered*” che era vissuto come sognatore, avrebbero reso più semplice il mestiere di consulente per il cambiamento individuale e organizzativo.

Una preoccupazione diffusa fra gli oltre mille partecipanti interessati dal progetto formativo era quello della garanzia etica dei valutatori e dei counselor. Avrebbero questi garantito per loro sulla qualità delle loro competenze, certificato il loro potenziale e li avrebbero aiutati a traghettare verso il cambiamento in una dimensione di eticità ma anche di accettazione dl limite individuale ed organizzativo del progetto?

Se avessimo potuto là e allora leggere l’approfondito confronto e riordino del pensiero e del contributo dell’etica che Schiavetta propone a preludio del disegno dell’orientamento e della valorizzazione delle competenze, ma anche delle dimensioni volitive e progettuale che “spingono” l’individuo, probabilmente avremmo incrementato il progetto di accompagnamento al cambiamento, trasmettendo quella fiducia che ci veniva implicitamente richiesta.

In questo contesto di modellamento del pensiero e di definizione del mestiere di *counselor*, l’autore utilizza il “limite” nell’accezione di Ricoer come risorsa per definire dove spingersi nel proprio sogno ma anche per aiutare la persona a darsi un obiettivo ragionevole in un percorso di cambiamento.

Quali strumenti usa il *counselor*? L’atto comunicativo e il saper ascoltare. Dimensione fondamentale che viene affrontata attraverso una disamina articolata ed estesa sulle teorie della

comunicazione e sul processo comunicativo, che ci aiuta a fare ordine sul proprio modo di comunicare e riflettere sulle modalità comunicative congruenti o da integrare per entrare in ascolto dell'altro; "pulendo" il processo dai disturbi e dalle inferenze strutturali e culturali, ci fa diventare ascoltatori di noi stessi e delle nostre relazioni e interazioni.

Introduzione

Il volume è rivolto a chi per professione, interesse o necessità (dall'educatore all'insegnante, dall'infermiere all'assistente sociale, dal responsabile delle risorse umane al *manager*), opera in contesti in cui, per sentirsi bene e motivati nel proprio ambiente e ruolo di lavoro, riconosce l'importanza di comprendere e sostenere i bisogni propri ed altrui.

Lo scopo è quello di informare sulle competenze richieste nella relazione, quando questa si specifica come un "bisogno" di aiuto e sostegno alle persone in difficoltà: come nella relazione di *counseling*. L'intervento del *counselor* ha come obiettivo quello di permettere di sentirsi bene-con, e magari grazie a questa modalità di mettersi in relazione "con" (rapporto).

Avere pensieri solo meno pessimisti e poter provare ancora emozioni positive; può attivare meccanismi fisiologicamente naturali, volti al recupero della salute secondo la piena accezione dell'OMS¹, che considera salute non solo l'assenza di malattia. Il *counseling* è uno strumento potente per permettere alle persone di attivare le proprie personali strategie di *coping*, cioè gli adattamenti che consentono di far fronte alle situazioni di difficoltà e disagio.

Attraverso l'empatia si può interferire strategicamente nella visione delle cose dell'aiutato e nei suoi meccanismi decisionali, allo scopo di guidarlo allo sviluppo di motivazioni, di risorse personali e di comportamenti adattativi e di *coping* che siano funzionali al suo ben-essere psicofisico (nell'accezione di salute già definita nel 1948 dall'OMS).

Nel primo capitolo si presenta prima il *counseling* e di seguito il *counselor*; si è deciso di tenere volutamente distinti

¹ OSM: Organizzazione Mondiale della Sanità.

questi argomenti che si sovrappongono con estrema facilità e la cosa è anche logica, ma la scelta di procedere separandoli è motivata dalla volontà di individualizzare chiaramente, quelle che sono le competenze della professione (*counseling*), da quelle che sono le competenze del professionista (*counselor*).

Il terzo paragrafo affronta le situazioni di crisi che possono presentarsi agli individui durante la loro vita; prima di illustrare la dinamica processuale che interconnette “interessi”, “bisogni” e “disagi”, è chiarito il concetto di bisogni, che sono quelle esperienze profonde che necessitano di appagamento per raggiungere un equilibrio psichico, e che fanno da spinta al nostro comportamento, lo condizionano e talvolta lo disturbano.

Nel quarto paragrafo, si presentano alcune modalità per operare un sostegno, aiutando e rilanciando gli individui, che come precedentemente detto possono cadere in situazioni di bisogno. L'ultimo paragrafo sviluppa il valore della comunicazione nelle relazioni d'aiuto, affrontando come teme guida quello della metafora.

Il secondo capitolo parte dal confrontare il ruolo dell'etica con quello della giustizia sociale. Argomentando le ragioni in base alle quali giustifichiamo, nel dialogo ragionevole, utilizzando un linguaggio e una comunicazione accessibile, le nostre assunzioni di responsabilità, in particolare, morale.

Apel e Habermas (2.3), sono seguiti per cercare di contestualizzare il funzionamento di un'etica della comunicazione, in cui il momento dell'elaborazione delle norme morali, pragmaticamente messe in opera nel discorso quotidiano, non può essere disgiunto dalla percezione di esse, dal loro riconoscimento e da quella scelta che effettivamente le privilegia. Il capitolo si conclude (2.4 e 2.5), con una voluta precisazione del ruolo della competenza e dell'etica nell'ambito della professione del *counselor*.

Il terzo capitolo è dedicato al come comunichiamo, dopo una prima parte psico-filosofica, necessaria a fornire alcuni chiarimenti su come siamo e come ci pensiamo, nei paragrafi successivi sono presentati alcuni dei modelli di comunicazione: modello classico o standard della comunicazione di Shannon e

Weaver (3.2); modello pragmatico della comunicazione (3.3); modello inferenziale della comunicazione (3.4).

Gli ultimi paragrafi (3.5 e 3.6), presentano il rapporto tra comunicazione e cognizione, ricollegandolo alla teoria della pertinenza, che integra una visione generale della cognizione umana con una teoria pragmatica, che si propone di spiegare i meccanismi della comprensione e della comunicazione.

Nel quarto capitolo si inserisce tutto questo argomentare all'interno del contesto socio-relazionale, in cui ogni individuo si trova a confrontarsi (e deve), con gli altri in un processo di comunicazione sociale. Il primo paragrafo è incentrato sulle relazioni: tenendo presente l'importanza della relazione, si può leggere la realtà come un "sistema".

Dei "confronti", che sono naturalmente sviluppati dalle parti, si occupa il secondo paragrafo, dove vengono illustrate alcune dinamiche dei gruppi e alcune loro funzioni, per giungere a parlare della *leadership*.

Nel terzo paragrafo il discorso è centrato sui ruoli; ogni tipo di ruolo sociale ha tipi specifici di segnali che lo attivano. Il quarto paragrafo ci presenta il motivo e la motivazione: il primo è un bisogno interno, una pulsione, un'intenzione, che fa agire un individuo; la seconda riguarda la determinazione delle cause del comportamento.

Nel quinto paragrafo si parla di *empowerment*, concepito come orientamento positivo alla valutazione e all'uso delle risorse proprie ed altrui; potremmo dire, con altre parole, essere capaci di avere un'autostima buona di noi stessi e delle persone con cui interagiamo; da questo punto di vista entra molto in contatto con molte cose utilizzate, sostenute e realizzate nel *counseling*.

Il capitolo si conclude con l'attenzione sulla motivazione e la volontà (4.6); il considerevole contributo della ricerca sulla psicologia della volontà ci aiuta a determinare, più precisamente come facciamo a fare quelle cose che non sono assolutamente piacevoli o, addirittura, ci creano situazioni emotivamente negative.

Il capitolo V, quello che conclude la proposta contenuta in questo libro, è sviluppato come una riflessione finale, su quanto argomentato nei capitoli precedenti. Si è ritenuto utile per il lettore soffermarci, in questo capitolo costruendo una meta riflessione, per cogliere l'essenza e la forza del dialogo come "mezzo", strumento di conoscenza e cura della persona.

Si propone di sostenere maggiormente il *counseling*, in una prospettiva di interventi rivolti all'interno delle differenti organizzazioni che compongono la società. Pensando e descrivendo: un incontro tra uso tradizionale dell'intervento di *counseling* e un uso di tipo organizzativo.

Si presenta il *counseling* come un processo, in cui gli individui sono aiutati a definire obiettivi, prendere decisioni, risolvere problemi in rapporto a difficoltà personali, sociali e/o di lavoro.

Scopo fondamentale è consentire all'individuo, attraverso tecniche appropriate di relazione e colloquio (un modo del tutto personale ed umano di stare con), di acquisire una visione realistica di sé, in modo da poter affrontare meglio la propria situazione esistenziale, e le proprie scelte, sviluppando al massimo le risorse disponibili e l'autostima.

Essere liberi vuol dire prima di tutto conoscere se stessi, i propri limiti, i propri pregi e gli stretti legami che ci collegano alla realtà, di cui facciamo parte. Viene chiarita la figura del *counselor*, che è il professionista della relazione, che mira alla "ri-animazione" delle persone che aiuta.

Se l'anima è ciò che smuove la persona a vivere, rianimare è l'operazione propria di far tornare alla vita chi, per una qualsiasi causa, sta perdendo il senso e il desiderio in quello che sta facendo "nella" e "della" propria vita rimanendo disorientato davanti alle difficoltà (*disempowerment*).

Lo scopo del *counseling* (in ogni sua declinazione: *counseling* scolastico, *counseling* motivazionale, *counseling* esistenziale, *counseling* organizzativo, *counseling* transpersonale, ecc.), è pertanto quello di offrire alla persona l'opportunità di esplorare, scoprire e rendersi chiari gli schemi di pensiero e di azione.

L'obiettivo è quello di vivere con più congruenza il proprio sé, vale a dire aumentando il proprio livello di consapevolezza, facendo un migliore uso delle proprie risorse, rispetto ai propri bisogni e desideri, e pervenendo ad un grado maggiore e qualitativamente migliore di benessere per sé, e per chi ci sta vicino.