

IN MERITO A CREATIVITÀ E IMMAGINARIO

Vincenzo Paolillo



Claude Debussy
compositore

Trovo estremamente difficile integrare la ricerca di ATP, presentata da Romeo e Leticia Lucioni, ma non posso esimermi dal proporre un contributo “teoretico” sul versante della creatività che, viaggiando negli infiniti orizzonti dell'immaginario è stato proposto in maniera completa ed approfondita.

Cercherò un sussidio in Husserl, mettendo in “epochè” il punto di arrivo raggiunto in questo lavoro e farlo diventare un punto di partenza nuovo (R.Moore).

Cerchiamo di far diventare buono ciò che non è buono...

La creatività è il nuovo che produce qualcosa di buono per una comunità e che essendo tale crea “meraviglia struggente come all'imbrunire sul mare” (R.Giorda) e gratitudine.

Restituire alla parola creatività la sua struttura di senso la sua dimensione progettuale ed etica allargando gli orizzonti dalla italiana “creatività”, alla più ricca “creativity” che Cropley nello scorso millennio ci offrì, unitamente a Sidney Parness e che oggi nella wikipedia, troviamo ben delineata: “nuove, efficaci soluzioni di problemi insoluti, è la nuova illuminazione di fenomeni oscuri”, come effettuato con l'aiuto terapeutico con soggetti autistici e dai quali possiamo partire alla ricerca di nuove strade terapeutiche anche in diverse patologie.

Nell'ultimo secolo sono state prodotte centinaia di teorizzazioni del pensiero creativo e decine di modelli del processo creativo. Se continuiamo a teorizzare sulle teorie non la finiamo più... e perdiamo di vista il lavoro che vorremmo commentare.



Akio Morita e Masaru Ibuka
inventori

Combinare teoresi, teorie ed esperienze pratiche, connettere competenze

Le idee creative nascono dal cortocircuito tra elementi distanti tra loro in questo sta la magia del pensiero analogico e fra competenze diverse. Bisogna **costruire reti e occasioni d'incontro** :il web è una grandissima opportunità in questo senso e non separare le teorie e le pratiche ma, anzi, metterle a confronto paragonando sul campo i processi e i metodi, attorno a singoli temi/sfide.

Credo che questa sia la sfida lanciata da Rinascimento IDEA

. Consideriamo che la creatività, come l'imparare e il comunicare, è una meta-competenza preliminare al produrre (bene) una quantità di risultati differenti dai precedenti .

Arti, scienze e tecnologie, impresa, educazione, comunicazione, sport...in questi giorni abbiamo visto un certo Bolt ridicolizzare record mondiali con una sorta di clown terapia... la creatività sta dappertutto. Alcuni espressioni sono semplicemente più note di altre e hanno maggiore eco mediatica. Ma solo **attribuendo pari dignità a ogni gesto creativo**, in qualsiasi ambito venga praticato, possiamo ri-disegnare un paesaggio mentale e costruire un contesto sociale in cui la creatività sia pienamente riconosciuta e valorizzata.

Ambienti favorevoli sono strategici per lo sviluppo della creatività. Bisogna diffondere la consapevolezza del valore del contributo creativo e trovare modi per riconoscere, incoraggiare e premiare il pensiero creativo in ogni sfera delle attività umane, iniziando dai sempre meno piccoli dell'uomo e della donna!.

Se l'immaginazione esiste, è il prodotto di influenze, giacimenti, correnti, venti, maree, memorie, riferimenti, perfino offese "culturali". L'immaginario dei bambini di oggi lo vedo sovente occupato, costretto, plagiato, denutrito e obeso. L'immaginario degli spettatori drogati dagli effetti speciali, delle emozioni a gettone, del leggere non come piacere ma come fatica. L'immaginario secondo la religione del "mercato". L'immaginario della televisione di Amici e di Isole senza tesoro, in cui prevale l'esibizione del nulla. L'immaginario è oltre la siepe, oltre gli scaffali delle merendine e dei grassi idrogenati, spero che i ragazzi lo cerchino: che rompano i muri per cercarlo, perché l'immaginario non è trovare ma cercare».



Eugenio Montale
poeta, Nobel per la letteratura

Dare visibilità agli esempi virtuosi

Non si può “insegnare” a essere creativi (...troppo facile!) ma si può “imparare” ad esserlo. E **si impara osservando esempi virtuosi**, quasi per contagio. Dietro ogni risultato creativo c'è una sfida affascinante che merita di essere raccontata, e una grande emozione che può essere condivisa. E le emozioni hanno una forte carica motivante, specie per i ragazzi. *Non organizziamo convegni “sulla” creatività, ma incontri fra persone che ragionano in modo creativo, e tra queste e il pubblico..* (A source book for creative thinking).



Indro Montanelli
giornalista e scrittore

Sviluppare il talento, esaltare la competenza, valorizzare la costanza

Come diceva Edison, *la creatività è l'uno per cento di ispirazione e il novantanove per cento di sudore*. Senza competenze specifiche è impossibile oggi produrre qualcosa di valido. Senza costanza il migliore dei talenti non regge la frustrazione connessa con qualsiasi processo creativo e si perde per strada. Costanza, competenza e talento sono valori da promuovere in ogni ambito.

Non ci sono scorciatoie: il lavoro creativo è duro. Bisogna dirlo, specie ai ragazzi.

Come?

Promuoviamo modi nuovi di fare formazione..istruzione...

Ai tempi di Aristotele, tutto quanto bisognava sapere era contenuto nella memoria di un uomo di buona cultura. Ai tempi di Leonardo, era almeno nella memoria di Leonardo, di Pico della Mirandola. Oggi è impossibile sapere tutto, ma bisogna **sapere come si fa a sapere**. E imparare come si fa a imparare. E' sempre valido il vecchio detto cinese :” se mi dai in pesce mangerò per un sol giorno , se mi insegnerai a pescare, mangerò per tutta la vita...”La sfida, in tempi di complessità, si fa più complessa, e il luogo dove si comincia a vincerla è la scuola. *La qualità dell'istruzione, dalle elementari all'università, e la diffusione della formazione permanente sono importanti, importanti, importanti, importanti... senza, non si va da nessuna parte. Bisogna dirlo forte, chiaro, senza stancarsi, continuamente, in ogni occasione...*