

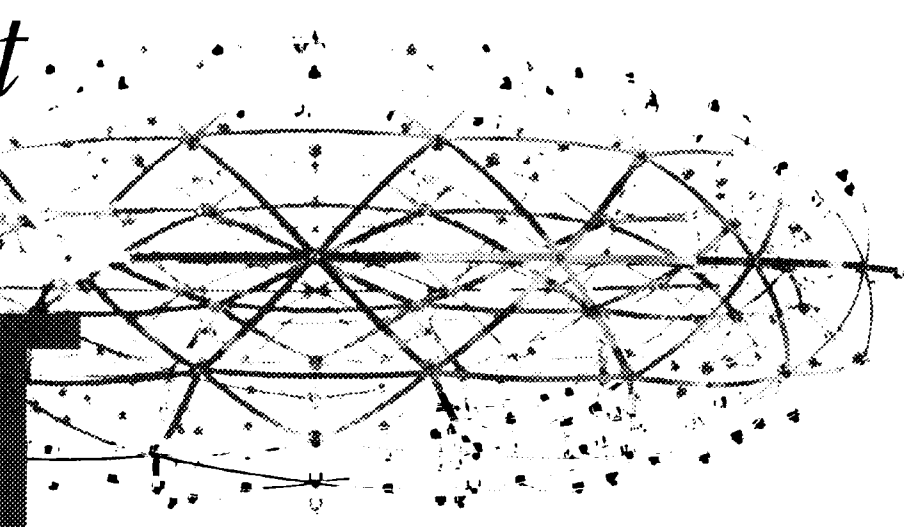
# ACCENDERE IDEE

di Antonella Galli

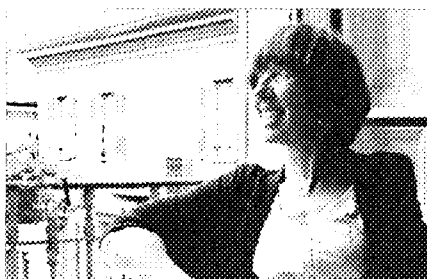
LA CREATIVITÀ NELL'IMMAGINARIO COLLETTIVO SI ASSOCIA ALL'ARZETTINO DELLA LUCE. LE CONNESSIONI GENIALI SI ACCENDONO NELLA MENTE COME LAMPE IN SODD'APPUNTO E INCONSAPEVOLE. A SEGUITO DI UN'APPROFONDIRITA IMPRESSIONE COSCIENTE, E SI INSERISCONO IN UNA RETE PIÙ AMPIA DI CONNESSIONI NEL FUTURO DEL PENSIERO, COME NUOVA TRAMA DI LUCI. IN QUESTA PAGINA: LUCI E L'ORANGE, LAMPADA DA PARETE DI **CATELLANI&SMITH**, CON SCHERMO IN PIRANAMPRONA CHE È MUELLER.

NELLA PAGINA ACCANTO, DAL LALTO: LA SOSPENSIONE RAMONDO ZAPU, BESTSELLER 2010 DI **MOOOI**, DESIGN DI RAMONDO ZAPU; NELLA VERSIONE DI FORMA ELLITTICA, ANNAMARIA TESTA, PROFESSORISTA DELLA COMUNICAZIONE, E LA COPERTINA DEL SUO SASSO LA TRAMA LUCENTE (RIZZOLI, 2010).

# INSIGHT In SO



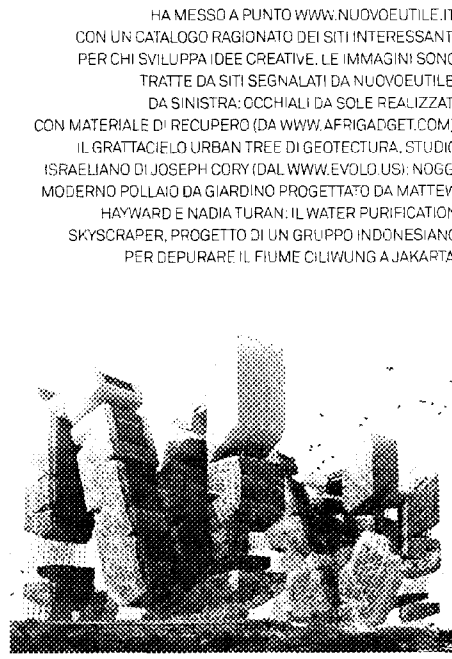
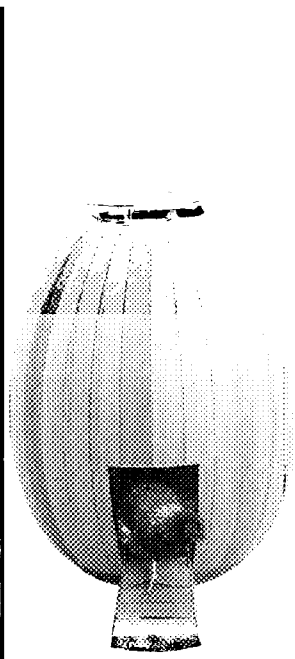
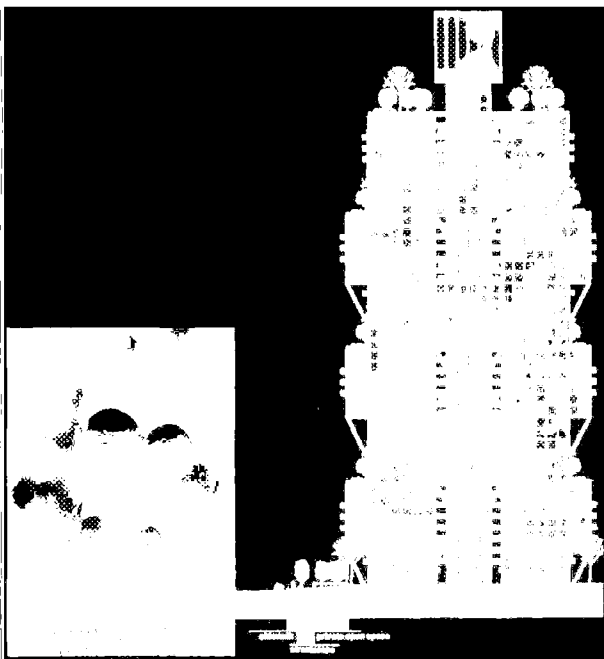
COME NASCE IL *pensiero creativo*? CHI SONO I VERI *innovatori* E COME SI FORMANO? *La trama lucente*, ULTIMO LIBRO DI ANNAMARIA TESTA, ESPERTA DI COMUNICAZIONE, ESPLORA STORIA, FENOMENOLOGIA E PROCESSI DELLA CREATIVITÀ. E SVELA I *falsi miti* E I *passaggi obbligati* PER CHI È A CACCIA DI *buone idee*



**L**a luce che si accende è l'immagine che meglio riassume il concetto di creatività. Oggi più che mai questa dote appare indispensabile, come accade sempre in tempi di crisi. Forse anche per questo l'ultima fatica di Annamaria Testa, *La trama lucente*, un libro per raccontare che *cos'è la creatività, come funziona, perché ci appartiene*, sta incontrando tanto interesse. Ne parliamo con l'autrice, focalizzando le riflessioni al mondo del progetto.

*Partiamo dalla base: cos'è la creatività?*

È un modo per adattarsi continuamente, ottimizzando la propria relazione con l'ambiente, ed è un fattore di sopravvivenza. È una 'cortocircuitazione' consapevole, analogica e non logica, di concetti e di elementi diversi. Solo nel Novecento ci accorgiamo che il fenomeno comprende ragione ed emozione, analisi e sogno. La definizione a cui sono più affezionata appartiene a Henri Poincaré, grandissimo matematico, che racconta come lui stesso fa a ragionare: davanti a un problema, prima lo analizza, poi inizia una fase di sforzi consapevoli per risolverlo. Ma questa attività ne innesca un'altra, inconsapevole, inconscia, continua, che improvvisamente dà luogo a connessioni imprevedute, istantanee. Solo alcune sono utili. Poincaré le riconosce per la loro bellezza, intesa in senso



LA RETE È UNO STRAORDINARIO REPERTORIO DI INFORMAZIONI E OPPORTUNITÀ. ANNAMARIA TESTA HA MESSO A PUNTO WWW.NUOVOEUTILE.IT, CON UN CATALOGO RAGIONATO DEI SITI INTERESSANTI PER CHI SVILUPPA IDEE CREATIVE. LE IMMAGINI SONO TRATTE DA SITI SEGNALATI DA NUOVOEUTILE. DA SINISTRA: OCCHIALI DA SOLE REALIZZATI CON MATERIALE DI RECUPERO (DA WWW.AFRIGADGET.COM); IL GRATTACIELO URBAN TREE DI GEOTECTURA, STUDIO ISRAELIANO DI JOSEPH CORY (DAL WWW.EVOLO.US); NOGG, MODERNO POLLAIO DA GIARDINO PROGETTATO DA MATTEW HAYWARD E NADIA TURAN. IL WATER PURIFICATION SKYSCRAPER, PROGETTO DI UN GRUPPO INDONESIA PER DEPURARE IL FIUME CILIWUNG A JAKARTA.

matematico: economia dei segni, semplicità, eleganza, efficacia. Per Poincaré la connessione creativa unisce elementi distanti tra loro in un insieme che è nuovo, e che si segnala per la sua utilità. È la descrizione più esauriente che si sia mai fatta di creatività, e si applica bene a ogni attività creativa: scienza, arte, tecnologia, impresa...".

*È l'elemento cui aggrapparsi in una fase di crisi sistemica come l'attuale.*

"La creatività permea la vita di ciascuno, come individuo e come appartenente a un sistema sociale. Alcuni Paesi valorizzano la creatività, altri la ignorano. In certe epoche storiche, in certi luoghi, qualsiasi idea nuova è stata ostacolata o cancellata. Ma nei momenti di crisi ci si accorge che la capacità di trovare idee nuove e utili è decisiva".

*Qual è il profilo del creativo? Quali sono i miti da sfatare?*

"Lo stereotipo del creativo è quello della persona bizzarra che si occupa di cose stravaganti. Molti studiosi, fra cui Teresa Amabile e Dean Simonton, ci dicono che la creatività è un continuum che va dalla piccola creatività quotidiana, quella 'con la c minuscola', alla grande creatività, 'con la C maiuscola', dei geni le cui idee sono rivoluzionarie. Si passa dalla piccola soluzione che migliora la vita di tutti i giorni (cucinare o inventare una storia per

un bambino) alle innovazioni incrementali, che ottimizzano qualcosa che già esiste, alle grandi invenzioni che danno origine a un cambio di paradigma: la stampa. O internet, per esempio.

Sono state studiate le persone particolarmente creative: hanno mille aspetti diversi. Ma ci sono alcuni tratti comuni: prima di tutto un'insoddisfazione di fondo. La creatività non si sviluppa mai in una situazione di pace, di appagamento. C'è sempre un ostacolo da superare, un'inquietudine. La creatività spesso nasce per sanare una ferita. C'è, per esempio, una straordinaria percentuale di orfani tra i 'grandi' creativi, come se tirare fuori qualcosa di luminoso da sé servisse a guarirsi. La creatività è trasformare il piombo di un lutto nell'oro di un'intuizione.

Il secondo tratto distintivo delle personalità creative è una straordinaria tenacia. Herbert Simon, il padre dell'intelligenza artificiale, formula la Legge dei dieci anni: dice che è impossibile ottenere risultati originali in qualsiasi disciplina, siano gli scacchi o la fisica teorica, se non dopo dieci anni di applicazione intensiva. Quindi l'altro stereotipo da rompere è che le idee vengano dal cielo, senza fatica.

Il terzo punto: la creatività chiede competenze di base strutturate e un forte approfondimento. Senza studio non c'è produzione originale. Di questo

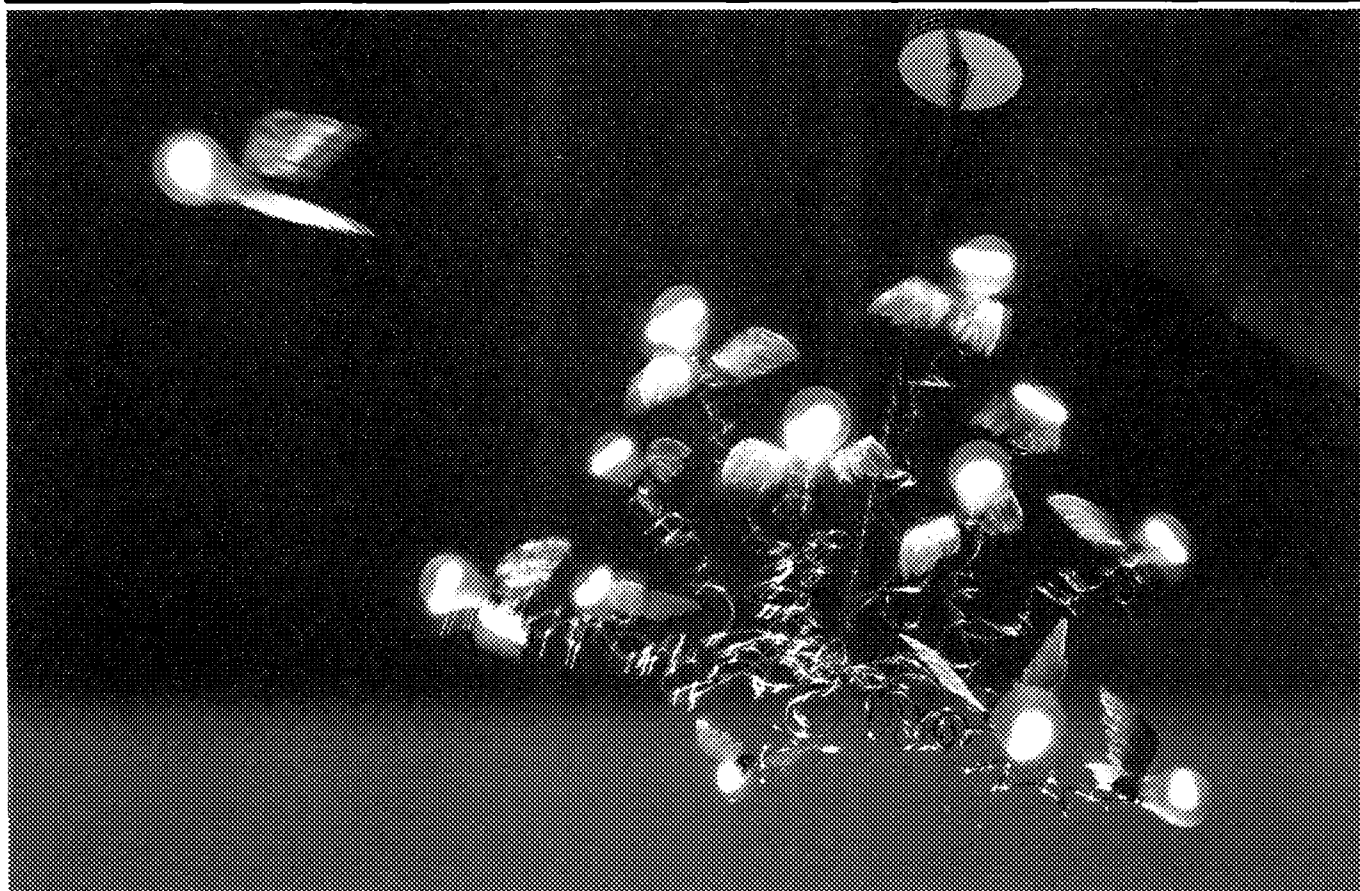
sono molto consapevoli le nuove potenze asiatiche, che stanno facendo grossissimi investimenti nell'istruzione, con l'obiettivo di creare nuove élite capaci di pensare e progettare, anche creativamente".

*Il made in Italy potrebbe tornare a essere un faro?*

"Noi abbiamo eccellenze riconosciute che riguardano l'architettura e il design, la moda e la cucina. Ma l'intero mondo dell'impresa ha bisogno di creatività e innovazione. E questa nasce dalla ricerca. Nel design, abbiamo sviluppato una tradizione che andrebbe conservata e promossa, anche perché il design è un pezzo di progetto del futuro".

*I prodotti del futuro dovranno essere solidali, etici, sostenibili.*

"Ecco perché il design ha una funzione rilevante. Coinvolge la scelta dei materiali, le tecnologie produttive, può essere design di processi. Nel momento in cui un processo industriale o il processo di erogazione di un servizio viene ridisegnato, è reso più efficace. Un esempio: Peter Pronovost, medico statunitense, si accorge che c'è una mortalità troppo alta nei decorsi post-chirurgici. Gli viene in mente un'altra attività, diversa ma analoga per complessità: e qui c'è la connessione. Avviare un aereo militare è un processo complicatissimo, ma i piloti si avvalgono della guida di dettagliate checklist. Pronovost introduce in sala



SOPRA: IL LAMPADARIO BIRDIE DI **INGO MAURER**  
 (PHOTO T. VACK).

SOTTO: L'INSTALLAZIONE SPARKS DI NICOLAS  
 GWENAËL AL **SWAROVSKI CRYSTAL PALACE** DURANTE  
 IL FUORISALONE 2010 (FOTO PAOLO VECLANI).

operatoria checklist che elencano la sequenza degli atti che l'equipe deve eseguire; ridisegna il processo. Risultato: la mortalità post operatoria decresce in maniera sbalorditiva e ora le sue checklist sono adottate in moltissimi ospedali statunitensi. Queste contaminazioni creative che riguardano il riprogettare prodotti e processi sono strategie per il futuro. Non abbiamo bisogno di un'ennesima sedia curiosa, ma di una sedia facile da smaltire, leggera, versatile... anche il packaging è una grande sfida per i designer: più funzionale, meno ingombrante, riutilizzabile".

*La sfida del design oggi?*

"Applicare le logiche del design ai concept prima ancora che ai prodotti. Sviluppare visioni di sistema è fondamentale. Un altro punto suggestivo: la diversità. Un processo creativo si sviluppa bene in gruppi che riuniscono persone diverse per sesso, età, estrazione culturale, etnia. È sperimentato che i gruppi creativi non funzionano quanto più sono creativi tutti i singoli, ma quanto più sono diversi. E basta che ci sia un leader creativo. E ancora: le donne hanno avuto da poco accesso a un'istruzione di massa. Da noi, negli anni Cinquanta erano il 25% dei laureati, ma nel 2010 è donna il 60% dei laureati italiani. È una disponibilità di sguardi creativi che non si era mai verificata prima: usiamola!".

