

# I più creativi? Gli over-65

DA FIRENZE ANDREA FAGIOLI

**U**n Paese che ha bisogno di ripensare a se stesso, a come competere sullo scenario internazionale, a come risollevare l'economia, a come darsi un senso. Un Paese che in poche parole ha bisogno di recuperare la consapevolezza di quanto sia importante quella creatività diventata oramai, nell'immaginario collettivo, sinonimo di stravaganza. «Per i giovani italiani - spiega Annamaria Testa, pubblicitaria e docente di Tecniche della comunicazione - la creatività sembra addirittura un'alternativa al lavoro, alla fatica». Ed è anche per questo che è stato varato «Nuovo e utile», un sistema di iniziative sulla creatività il cui primo appuntamento è fissato per oggi e domani al Palacongressi di Firenze con il convegno internazionale sulla creatività e l'innovazione organizzato dalla Regione Toscana e dal Comune di Firenze e di cui Annamaria Testa è la direttrice scientifica: «Nuovo e utile perché la creatività è un nuovo che ha un'utilità, quindi un valore, non necessariamente economico, che è cosa diversa dalla trasgressione o dalla fantasticheria».

In apertura di convegno, questa mattina, toccherà a Giuseppe Minoia, presidente di Eurisko e docente della Cattolica, spiegare qual è il rapporto tra gli italiani e la creatività attraverso una ricerca commissionata apposta per l'appuntamento fiorentino. «Dalla ricerca emergono più temi di rilievo: il primo - come ci anticipa Minoia - riguarda

l'autosegmentazione degli italiani sull'essere o meno creativi. Sostanzialmente il massimo di autoconsapevolezza sulla creatività lo cogliamo nella fascia che va dai 25 ai 40 anni, che è la sedicente classe creativa. Ma quando chiediamo cosa si intende per creatività, si capisce che si intende l'essere in apnea per la carriera. Ovvero creatività

corrisponde al dare il massimo in una logica un po' yuppies. Quando invece arriviamo alla fascia 54-64 anni, li troviamo il minimo di autoconsapevolezza della creatività, come se gli italiani in quel momento ritenessero non tanto di non essere più creativi, ma di non avere più domande per mettere a tema la loro creatività. Poi, oltre i 64 anni si ritorna a considerarsi creativi e si riprende una propria ragion d'essere anche sul versante dell'espressione di sé. Ma non solo: gli anziani, insieme alle élite culturali (non economiche),

sono coloro che hanno della creatività una visione più seria». «Che le persone sopra i 64 anni abbiano questo concetto di creatività è sorprendente - commenta Annamaria Testa -. Eppure il dato emerge molto chiaro da questa parte della ricerca fatta su un campione di 800 persone e quindi con un errore statistico massimo di appena il 5%. Creatività, per queste due classi, significa competenze preliminari, fatica, studio, provare e riprovare, resistere alla frustrazione del fallimento, tenacia». «Da questa ricerca - aggiunge Minoia - vengono fuori due grandi anime della creatività italiana: un'anima espressiva intesa come faccio quel cavolo che voglio senza limiti; e l'altro

invece che vede la creatività come un percorso di apprendimento, di sacrificio e di condivisione». Ma quali sono gli altri elementi importanti che emergono dal lavoro di Eurisko? «Ad esempio l'assenza di modelli - risponde Annamaria Testa -. Agli intervistati è stato chiesto: "Vi viene in mente qualcuno che è stato creativo?". Ebbene, le risposte sono state spaventose, nel senso che alcuni citano Leonardo Da Vinci, e va bene, ma è solo il 13%. Un 4% cita Einstein, e va bene. Poi ci sono delle frazioni che citano

Michelangelo, Marconi o Picasso, ma insieme a loro vengono citati anche, tra l'1 e il 2% Totò, Berlusconi, Sordi, Fiorello... La percentuale potrebbe sembrare bassa, ma in realtà è la metà di Einstein. E soprattutto c'è un 30% che non è

in grado di indicare nemmeno un personaggio

creativo. Un altro dato curioso è che circa la metà degli intervistati ritiene che l'Italia sia il Paese più creativo del mondo senza sapere che siamo in realtà al 25 posto come indice di innovazione, tra la Slovenia e la Lettonia. Mentre per un terzo degli intervistati, l'Italia è il Paese più produttivo del mondo. Insomma, la ricerca mette in luce un autoinganno consolatorio».

Il presidente di Eurisko conferma che «essere un Paese creativo vuol dire per gli intervistati essere in grado di mettere a frutto quel talento un po' artistico che di solito è attribuito agli italiani. L'Italia è creativa soprattutto nelle arti, nella cucina, nella moda, però non è affatto creativa nell'industria, nella finanza, nella politica, nella scuola, nell'università... Ovvero tutti i contesti forti che creano gli indici del Paese veramente creativo non vengono ritenuti contaminati dal tratto di creatività. Quindi tutto sommato c'è un'idea di creatività abbastanza leggera, piuttosto televisiva e spettacolare». Ci sono differenze tra le risposte degli uomini e quelle delle donne? «Le donne - dice Minoia - pensano che la creatività sia soprattutto reinventarsi giorno per giorno in nuovi ruoli e nelle capacità relazionali. Per gli uomini la creatività sono essenzialmente i risultati concreti e le invenzioni tecnologiche. Quando poi chiediamo se la creatività è uomo o donna, tutti, anche gli uomini, rispondono che è più donna».