

Ci si nasce o ci si diventa?

Per ANNAMARIA TESTA i 'lampi di genio' non sono una dote innata né divina. E dopo studio e allenamento le donne sono più brave degli uomini...

intervista di *Ingrid Magnoni*



Ricordate la Golia Bianca, che "sfrizzola il velopendolo"? Era il 1981 e dietro alla divertente campagna pubblicitaria c'era la sua creatività. Una carriera iniziata nel 1974 come copywriter per numerosi brand italiani, tra cui Fiat, B. Ticino, Ferrarelle e Illy. Giornalista pubblicitaria e docente universitaria, Annamaria Testa realizza interventi di carattere strategico e progetti di comunicazione per imprese e istituzioni. In trent'anni di attività ha pubblicato diversi racconti, saggi e manuali sulla comunicazione. L'ultimo, *La trama lucente* (Rizzoli), vuole offrire una visione ampia e libera da pregiudizi di quella che viene normalmente chiamata 'creatività'. Partendo da una domanda: creativi si nasce o si diventa?

Partiamo da una definizione necessaria: cos'è la creatività?

Definire la creatività in maniera sintetica è quasi impossibile. È uno dei grandi fenomeni che riguardano la nostra mente e le nostre emozioni. Chi potrebbe dire con precisione che cosa sono l'amore o la curiosità? Sappiamo riconoscerli, ma darne una definizione sintetica è sempre riduttivo. Tracciare delle linee guida fondamentali e sfatare alcuni pregiudizi radicati nel pensiero comune a proposito della creatività è tuttavia necessario per un Paese che, come l'Italia, sta affrontando delle sfide difficili e per la formazione di coloro che fanno o vorrebbero fare lavori creativi.

A quali pregiudizi legati alla creatività si riferisce?

Primo tra tutti, l'idea che sia una

dote innata, che si nasca creativi o non creativi, e che sia una specie di ispirazione divina a determinare i grandi risultati imputabili alla creatività. Niente di meno vero. Certo, è affascinante l'idea che, mettendosi in contemplazione dell'universo, nasca spontaneamente e improvvisamente un'intuizione geniale, ma la realtà è che la creatività non si sviluppa se non viene allenata. Herbert Simon, padre dell'intelligenza artificiale e Premio Nobel, ha esplicitamente teorizzato che non si possono ottenere risultati originali in alcun campo se non si sono investiti almeno dieci anni lavorando in modo intenso e approfondito su uno specifico argomento.

Quindi un altro pregiudizio da sfatare è che la creatività riguardi solo alcuni ambiti, l'arte in primis?

Esattamente. Va precisato che solo in Italia la creatività appare legata in modo predominante al mondo delle arti. In altre parti del mondo non succede così. Il governo degli Stati Uniti, per esempio, ha cominciato a investire in modo consistente sulla creatività negli anni '50 e in occasione della competizione con i russi per la conquista dello spazio. Non è forse un fatto di creatività mandare in orbita una sonda spaziale? Non sono atti creativi trovare un nuovo farmaco o mappare il cervello umano? Ciò che va sottolineato, piuttosto, è che la preparazione e lo studio sono fondamentali, nelle arti come nelle scienze. Pablo Picasso, uno dei geni del ventesimo secolo, ha dichiarato: "Ho impiegato una vita per tornare a disegnare come un bambino", proprio per sottolineare come anche l'apparente istintività del suo tratto sia frutto di un percorso artistico fatto sì di talento, ma anche di studio, esercizio, passione, dedizione, continua ricerca.

Lei ha citato Simon e Picasso, due figure che possiamo senza dubbio ritenere geniali. La creatività è dunque un lusso di pochi geni o tutti possono essere

considerati almeno in parte creativi?

Siamo tutti potenzialmente creativi, quando l'ambiente ci spinge ad esserlo e soprattutto quando noi decidiamo di esserlo. C'è la creatività dei geni e quella quotidiana, che illumina la vita. Perfino gli animali superiori (i mammiferi, alcuni uccelli) – che sono in grado di sviluppare comportamenti nuovi, e quindi creativi, quando devono procurarsi il cibo – se vengono messi in gabbia e nutriti dall'uomo, smettono di essere creativi, proprio perché viene a mancare la pressione ambientale

“
Siamo tutti potenzialmente creativi, quando l'ambiente ci spinge ad esserlo e soprattutto quando noi decidiamo di esserlo. C'è la creatività dei geni e quella quotidiana, che illumina la vita
”

che li spinge a inventarsi qualcosa di nuovo per il proprio sostentamento. È curioso notare che, per esempio, nelle comunità di scimmie gli individui più creativi sono le femmine e i giovani. È noto che in queste comunità ci sono dei turni per il cibo: solitamente prima mangiano i maschi anziani, seguiti dalle femmine e dagli individui più giovani. Il risultato è che femmine e piccoli sono sempre un po' affamati e per questo vanno a cercare fonti di nutrimento in modi originali. Questo ci dice che le posizioni di potere garantite e difese raramente sono connesse con comportamenti creativi: e questo capita anche nelle società umane. Sono i giovani, e da poco più di un decennio in maniera crescente anche le donne,

“
I maschi italiani devono affrontare una doppia sfida: competere sul piano internazionale ed essere all'altezza della grande crescita che sta coinvolgendo l'universo femminile
”

a esercitare una pressione verso il cambiamento. A questo proposito va segnalato un fatto importantissimo: se nell'Italia degli anni '50, sul totale dei laureati, le donne erano solo il 25%, ora si sta verificando una situazione mai accaduta prima: le università italiane laureano il 60% di donne e solo il 40% di uomini. Le donne si laureano anche meglio e in minor tempo. È una rivoluzione. La conquista del sapere da parte non di ristrette élite femminili, ma da parte di una gran quantità di donne, è un fatto mai successo in cinquemila anni di storia. E non capita solo nel nostro Paese, ma anche negli Stati Uniti e in gran parte dei Paesi Europei. Una doppia sfida per i maschi italiani: competere sul piano internazionale ed essere all'altezza della grande crescita che sta coinvolgendo l'universo femminile. Sarà quindi la creatività che permetterà all'Italia di stare al passo con gli altri Paesi? La creatività, concepita come grande e piccola produzione di ciò che è buono e utile a far andare avanti il mondo, è strategica per il progresso e per gestire la crescente complessità della società contemporanea. Le idee creative, applicate agli ambiti più disparati, fanno crescere la società e il Paese. Una buona scuola è il primo passo per formare individui che sappiano sviluppare idee creative.

E qui arriviamo a un altro punto importante: la creatività si sviluppa meglio in ambienti favorevoli. Quelli che offrono agli individui le risorse necessarie e che chiedono agli individui di competere per produrre risultati di valore. Dobbiamo impegnarci in uno sviluppo armonico, che sappia premiare il merito e sappia integrare competenze, sensibilità e capacità maschili e femminili. Solo questo può permetterci di risolvere i problemi giganteschi che ci pone il futuro prossimo.

La trama lucente. Che cos'è la creatività, perché ci appartiene, come funziona
di Annamaria Testa
Rizzoli, 480 pp., € 19,50

Un libro che non promette di rendere creativo il lettore, ma che cerca di tracciare un panorama della creatività attraverso definizioni, esempi e biografie di personaggi che hanno saputo, con lo studio e la ricerca, raggiungere importanti risultati creativi nelle discipline più disparate. Come dichiarato dall'autrice, viene rispettata la complessità dell'argomento attraverso un'analisi approfondita e molto ampia, ma con un linguaggio e una struttura accessibili a chiunque fosse interessato all'argomento. Perché "sbadigliare leggendo di creatività è come deprimersi leggendo un testo sullo humor: mica bello".

