

Vuoi essere creativo? Non pensarci troppo

di Stefano Bartezzaghi

Ho cercato di stare alla larga dalla creatività. Per molto tempo sentivo ripetermi: «Sei creativo. Fai un lavoro creativo». Ma alla fine mi sono appassionato a un termine senza dubbio fascinioso, perché sfugge a qualsiasi sforzo concettuale. Gli si può girare intorno, e non si riesce a colpirlo. Se ci informiamo, anche solo sfogliando una parte minima della vasta pubblicistica sulla creatività, non riusciamo a capirci gran che. Tutti dicono: «La creatività è qualcosa impossibile da definire». È una prima mossa solo apparentemente ingenua, perché in effetti, si tratta di un concetto generale in cui gli opposti convivono senza problemi.



Stefano Bartezzaghi

tema, mi sono appassionato a quello che la gente pensa in maniera diretta, anche naïf, sulla creatività. L'idea di mandare un tweet con una definizione in 140 caratteri di cosa significa questo termine mi ha convinto del fatto che la creatività c'è, eccome, perché ne parliamo: la ammiriamo, la consideriamo una cosa desiderabile, la indichiamo nel nostro artista preferito. Ma senza cercare "il creativo" famoso, capiamo che ci appartiene. Non è forse creativa una vicina con figli, lavoro, marito per lo più assente, che tuttavia riesce a organizzare al meglio le sue giornate? Se la guardiamo da questo punto di vista, andiamo oltre la mitologia, per riappropriarcene in qualche modo.

Nei due mesi che allo Iulm di Milano, l'Università dove insegno, ho lavorato con i miei studenti su questi tweet, ho notato come - accanto alla parte di stereotipo presente in ogni definizione - tutti avessero una parte da salvare, qualcosa di originale, molto sincero, anche se magari un nucleo soltanto. Siamo tutti creativi? Perché no. In fondo anche i grandi autori sono tali, proprio perché s'imbattono in qualcosa di impensato, dimenticandosi però di essere "creativi".

(Testo raccolto da Vera Fisogni)

Noi Italiani, ne sappiamo qualcosa. Infatti siamo un popolo di creativi, come testimonia la nostra storia, però non siamo abbastanza creativi da trovare soluzioni ai nostri problemi, in particolare non riusciamo a ringiovanire dirigenti, modalità, idee. Questa enigmatica ambiguità è un tratto caratteristico della mitologia della creatività, che non è la creatività in quanto tale, ma tutto il discorrerne attorno, gli stereotipi, le credenze. Complice il Festival della Mente di Sarzana del 2012, al quale ero stato invitato a parlare di questo

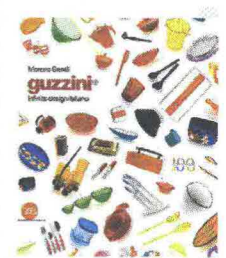
I GUZZINI: VINCENTI E MADE IN ITALY

di Moreno Gentili*

LA CUCINA DELLE IDEE CHE GUARDA AL DESIGN

La storia che racconto in "Guzzini. Infinito design italiano" (Skira, 2012), ha inizio nel 1912 in un laboratorio nei dintorni di Buenos Aires. Enrico Guzzini, emigrante, scopre l'importanza delle lavorazioni del "Corno di Bue" con cui si producevano tabacchiere da fumo. Rientrato in Italia Enrico dà vita al mood che caratterizza tutt'oggi la "Fratelli Guzzini": essere sempre innovativi. «Quella dei Guzzini è la storia di un successo costruito con intelligenza, volontà, coraggio», scrive Carlo Azeglio Ciampi.

Oggi la Fratelli Guzzini è oggi parte di un sistema-Paese che ha saputo internazionalizzare un know how imprenditoriale - negli utensili della cucina - al passo con i tempi grazie a prodotti in grado di rispondere ai bisogni dell'immaginario collettivo. Collaborazioni con designer internazionali quali Ettore Sottsass, Frog Design, Bruno Gecchelin, Giugiaro Designer, Setu e Shinobu Ito, Robien Levien, Ross Lovegrove, Marc Sadler e altri confermano come l'attuale direzione della Fratelli Guzzini - Adolfo e Domenico, presidente e amministratore Delegato - ha intrapreso una volontà di investimento finalizzato all'affermazione da cui tutto ha avuto origine: essere sempre innovativi.



*Scrittore e concept artist





4 settembre
Ore 18
Villa Olmo