

TECNICHE DI CREATIVITA'

- Dispensa del partecipante -

©Olympos Group srl - Vietata ogni riproduzione anche in forma parziale

- ▶ **La missione:** *lo scopo per cui esistiamo*
"Ci integriamo con il Cliente per garantire risultati di successo misurabili supportando le azioni delle persone nelle sfide di tutti i giorni".
- ▶ **La visione:** *ciò che desideriamo essere*
"Aiutare le Persone ad essere soddisfatte del loro lavoro nel rispetto dei principi etici e di responsabilità sociale".
- ▶ **I valori:** *ciò che per noi conta nel lavoro*
 - il rispetto della persona ha la precedenza su tutto
 - senza energia non si fa' molta strada
 - pragmatismo e velocità sono alla base del nostro agire
 - lavorare divertendosi è il nostro stile
- ▶ **Il motto:**
Il nostro approccio alle imprese è racchiuso nel motto preso in prestito da Thomas Alva Edison: "Il valore di un'idea sta nel metterla in pratica". E' l'implementazione pratica la chiave che permette ad un'idea di dare dei risultati e quindi di essere ritenuta "di valore".
- ▶ **Due buoni motivi per scegliere Olympus Group:**
 - forte integrazione con il Cliente per realizzare un progetto realmente su misura.
 - accurata misurazione del ROI di ogni nostro intervento con condivisione del rischio.

- ▶ Alcuni dei principali studiosi della creatività sono, in ordine di tempo, Osborn, Gordon e Watzlawick.
- ▶ **Osborn** ha inventato il termine, tuttora assai in uso, di *brainstorming*. Il *brainstorming*, secondo Osborn, deve essere misto, e tra i partecipanti non devono esistere rapporti gerarchici. Sempre secondo Osborn, l'animatore del gruppo deve rispettare e far rispettare quattro regole di base: escludere la critica e l'autocritica, accogliere liberamente il pensiero a ruota libera e le idee più pazze, cercare quante più idee sia possibile e produrre associazioni con le idee altrui, migliorandole.

LA STORIA DELLA CREATIVITA': GORDON

Olympos

- ▶ **Gordon**, durante la Seconda Guerra Mondiale, ha analizzato, avendo in cura psicanalitica alcuni scienziati, la genesi del pensiero inventivo ed è giunto alla conclusione che il processo creativo avviene secondo "analogie" e che il gruppo è molto più rapido del singolo individuo, se è ben affiatato. Gordon consiglia di procedere attraverso quattro tipi di analogie:
 - **L'analogia personale**: il ricercatore si deve "mettere nella pelle" della macchina o del prodotto che deve inventare;
 - **L'analogia diretta**: il ricercatore deve mettere in parallelo il suo problema con situazioni paragonabili estrapolate da altri campi;
 - **L'analogia fantastica**: il ricercatore deve immaginare che il problema sia risolto e sognare la soluzione ideale;
 - **L'analogia simbolica**: il ricercatore cerca un'immagine, un simbolo che il problema evoca come stimolo per il pensiero.
- ▶ Utilizzando queste analogie il gruppo di ricerca di idee – o "cellula di creatività" – progredisce verso la soluzione del problema.

Olympos

LA STORIA DELLA CREATIVITA': WATZLAWICK

► **Watzlawick** propone di adottare, nella soluzione di problemi pratici, che a prima vista sono senza uscita, la sottile arte della "ristrutturazione della realtà". Il significato di questa espressione è saper vedere la realtà con gli occhi scanzonati e beffardi con cui Tom Sawyer, il protagonista dell'omonimo romanzo di Mark Twain, vede le trenta yard di steccato – alto nove piedi – che un sabato pomeriggio è costretto a dipingere per punizione. Quando passa l'amico Ben e comincia a sfotterlo, a Tom viene una grande, magnifica ispirazione e risponde a Ben che fare l'imbianchino lo diverte. "Che storia vuoi darmi da bere?" gli domanda Ben. E Tom di rimando: "Certo che mi diverto! Forse che uno steccato da imbiancare lo trovano tutti ogni giorno?" Dopo pochi minuti Ben, che si sente sempre più attratto da quel lavoro, chiede a Tom: "Senti Tom, lascia imbiancare un poco anche a me". A metà pomeriggio lo steccato è stato verniciato tre volte e Tom si ritrova ricco sfondato: uno dopo l'altro i suoi compagni hanno speso le loro ricchezze per avere il privilegio di verniciare una porzione di steccato.

LA STORIA DELLA CREATIVITA': WATZLAWICK

▶ Tom è riuscito a ristrutturare un lavoro faticoso ed anche imposto in un piacere così grande da doverlo pagare per provarlo, e i suoi amici, dal primo all'ultimo, hanno accettato il cambiamento effettuato da Tom, la nuova definizione che egli ha dato della realtà. Il metodo di Tom, ristrutturare la realtà, è un vero e proprio "cambiare le carte in tavola", e pertanto è, in senso stretto, una tecnica creativa di primaria importanza che può trovare molteplici applicazioni sia nel lavoro che nella vita privata.

- ▶ LA CREATIVITA' E' L'ABILITA' DI PRODURRE, PARTENDO DA INFORMAZIONI DI DIVERSA PROVENIENZA, SINTESI NUOVE COME SOLUZIONI DEL PROBLEMA ANALIZZATO

- ▶ La Creatività è l'attitudine a creare qualcosa di nuovo e di utile, il talento che ciascuno possiede. E' l'atteggiamento costante di coloro che in ogni situazione e rispetto a qualsiasi problema mantengono un atteggiamento aperto e flessibile, disponibili a vagliare più risposte, senza escludere nessuna decisione a priori.

CREATIVITA': L'ASSE INCONSCIO/CONSCIO

- ▶ LA PROSPETTIVA PSICANALITICA
- ◆ STRUTTURA PRIMITIVA DELL'ESPERIENZA INDIVIDUALE
 - Distacco e ricreare il legame
- ◆ SBOCCO DELLA DEPRESSIONE CAUSATA DALLA PERDITA DELL'OGGETTO DESIDERATO

- ▶ LA PROSPETTIVA COGNITIVISTA
 - Insieme di abilità operative della mente che si attivano sulla base di strategie cognitive individuali

- ▶ LA PROSPETTIVA PROBLEM SOLVING
 - No genialità, nè inconscio, nè eccezionalità
- ▶ MA
 - capacità di collegare gruppi diversi di informazioni producendo sintesi nuove

1. TEORIA DELLA PLURALITA' DELLE INTELLIGENZE:
 - **linguistica - musicale - logico
matematica - spaziale - corporea
relazionale**
 - **importanza del contesto facilitante**

2. TEORIA DEL FLUSSO DI COSCIENZA
 - **Esperienza ottimale o di flusso**
 - **Focalizzazione dell'attenzione**
 - **Risposta a bisogni e non a stimoli**
 - **Autodeterminazione**
 - **Adeguatezza al compito**

1. DA INCONSCIO A COGNITIVO A
PROBLEM SOLVING
2. DA STRAORDINARIO A QUOTIDIANO

- ▶ Quasi ogni soluzione utilizza
 - ▶ dati
 - ▶ conoscenze
 - ▶ informazioni
 - ▶ già esistenti

- percettivi
- culturali
- ambientali
- emotivi
- espressivi

▶ Elementi legati a schemi e processi mentali ripetitivi

- ▶ valutazione
- ▶ giudizio
- ▶ critica

GLI ELEMENTI DEL PENSIERO CREATIVO

- **percezione**
- **memoria**
- **elaborazione**