



Festival Internazionale della **Creatività** nel Management Pastorale



Tornare alla fonte

per recuperare
creatività

e generare

nuove strade
per la
pastorale

QUALE CHIESA TRA VENT'ANNI?

Roma, 23 - 25 marzo 2017

24
25

MARZO

Progettazione e creatività

Perché non si può rispondere alle situazioni con soluzioni preconfezionate

Formatori: Fabrizio Carletti | Docente e coordinatore | Scuola Internazionale di Management Pastorale. *Don Franco Finocchio* | Parroco, vicario territoriale e docente | Diocesi di Novara, Scuola Internazionale di Management Pastorale

Atti del Festival / 3
Workshop / 1

La creatività come processo vitale e generativo

Creatività ed innovazione possono, anzi, devono essere considerate competenze chiave per lo sviluppo personale, sociale ed economico. Mossa da questa convinzione, infatti, la Commissione Europea, con lo slogan “Immaginare, creare, innovare”, ha indetto nel 2009 l’Anno europeo della creatività e dell’innovazione. Obiettivo della Ue è stato quello di accrescere il potenziale creativo, innovativo dei suoi cittadini per affrontare le sfide future che si prospettano in un mondo globalizzato, oltre che assicurare la promozione di una forma mentis innovativa per incentivare lo sviluppo di strategie regionali e locali, l’imprenditorialità e le attività produttive culturali e creative come via verso lo sviluppo economico e culturale.

La creatività va allenata e sviluppata, permettendo alla nostra mente di non incappare nei tanti schemi, fissità, consuetudini e abitudini sempre pronti ad ingabbiarci, con la finta sensazione di sicurezza e tranquillità. Limitarsi a reiterare modelli che nel passato permettevano di avere dei buoni risultati educativi, rischia solo di aumentare la nostra insoddisfazione e demoralizzazione di fronte agli insuccessi e alle incomprensioni.

Capita di incontrare operatori, educatori, sacerdoti tristi, frustrati nel non riuscire a trovare strategie nuove per affrontare le sfide pastorali, perché chiusi in modelli di pensiero così rigidi da non permettere loro di elaborare vie di uscita. Persone anche in gamba, che non dandosi per vinte aumentano i loro sforzi, ma senza risultato, se non quello di accrescere la loro demoralizzazione e la rabbia interiore.

Accendere la creatività e spegnere i suoi nemici

Occorrono più che mai promuovere processi che siano in grado di liberare quella creatività che è già in noi, attraverso due azioni:

spegnere progressivamente i suoi “nemici”

- pensiero stereotipato
- fissità e resistenze
- paura del fallimento
- pregiudizi e atteggiamenti prevenuti

accendere

- pensiero fluido
- disponibilità al cambiamento e a mettersi in gioco
- flessibilità mentale
- pensiero elaborativo
- empatia
- immaginazione
- reattività agli stimoli

Quando affermiamo che ogni individuo può allenarsi ad essere maggiormente creativo, intendiamo proprio questo: essere in grado di spegnere i ‘nemici’ della creatività e accendere, facendo uso di opportune attenzioni, strategie, tecniche operative, un pensiero più conforme e coerente alla realtà da fronteggiare.

I nemici della creatività nella progettazione individuale e in équipe

Progettare in équipe ci richiede di analizzare anche tutti quei fattori che possono inibire ed ostacolare i processi comunicativi, ideativi e decisionali. Per cui, prima di passare ad

esaminare le procedure di progettazione, soffermiamoci su questi elementi.

I nemici del cambiamento

Intraprendere un lavoro di progettazione in équipe richiede di conoscere bene e di sconfiggere i possibili nemici e ostacoli alla creatività.

NEUFOBIA: La novità spaventa

È anche possibile, però, che quando un prodotto creativo è veramente originale, quando è vasta la portata delle sue conseguenze, i contemporanei non siano in grado di comprenderlo ed accettarlo, anzi talvolta lo identifichino con realtà negative o dannose. Spesso il sospetto con il quale l'ambiente accoglie ciò che è estraneo, o nuovo, trova la sua radice su un timore infondato: quello di perdere qualcosa della cultura acquisita perché un'idea nuova con la quale confrontarsi mette in discussione quanto prima abbiamo strutturato.

La neofobia, cioè la paura del nuovo e dell'ignoto.

Perché lasciare la via vecchia per quella nuova?

La minaccia alla prevedibilità e alla continuità può essere un grande ostacolo perché sui due fattori precedenti si fonda ogni attività economica. La discontinuità, soprattutto in ambito aziendale, deve essere controllata e ridotta al minimo.

La paura del fallimento e dell'errore uccide la creatività

Quando si ha una buona idea, magari non la si lascia crescere perché gli altri ce la schiacciano o non è ritenuta inizialmente vincente.

Il senso di disagio e sconfitta che produce il dover ammettere che l'esistente è inferiore alla nuova proposta.

La gelosia – Sindrome del Niq

“Non inventato qui”. Molti non si fidano di qualcosa in cui non si è stati coinvolti. I giapponesi non soffrivano di niq... quando gli americani presero poco o niente in considerazione Bell Labs, l'inventore del transistor loro afferrarono al volo la tecnologia nuova e superarono tutti.

Non fate indigestione di un argomento

Immaginatevi alla fine del pranzo di capodanno: avete ancora voglia di mangiare? Anche se vi offrissero ogni ben di Dio avreste la nausea. Così capita quando facciamo indigestione di troppe informazioni su un argomento senza dare al cervello l'occasione di elaborarle.

Conoscere troppo di un argomento particolare può sovraccaricare i circuiti e ridurre la creatività.

LA VICINANZA - Solo chi è staccato da un problema riesce a vederlo in prospettiva

Quando ci avviciniamo troppo ad un problema spesso non riusciamo a vederlo con chiarezza per trovarne la soluzione. Più si lavora a lungo su un problema e più diventa parte di noi e non riusciamo a vederlo oggettivamente. E' anche per questo che a volte persone “estrane” riescono a vedere quello che noi non riusciamo a leggere.

Non buttate via un'idea perché inizialmente imperfetta

Una nuova idea non la si rifiuta immediatamente. Vi si gioca cercandone i punti forti e sorvolando

su quelli deboli. Le idee sono come le piante di mais: non siamo in grado di giudicare il grano finché le pannocchie non sono mature. La valutazione precoce di una idea ci preclude la visione del suo potenziale e del suo sviluppo.

Le varie fissità

La fissità ovvero la resistenza che alcuni elementi del campo problemico mostrano, in quanto giudicati intoccabili e di conseguenza lasciati sullo sfondo; (Antonietti A., *Il pensiero efficace, metodi e tecniche per la soluzione creativa dei problemi*, Franco Angeli, 1994, p. 88. p. 89)

Troviamo distinti più tipi di fissità:

1. **Fissità di impostazione** “riguarda il caso in cui un tipo di soluzione viene ancorato una volta per tutte a un particolare ambito di problemi cosicché risulta poi difficile trasferirlo in altri ambiti”
2. **Fissità di contesto** “si riferisce al fatto che un elemento appartenente a un certo contesto diventa meno disponibile ad essere impiegato in un altro contesto”
3. **Fissità di struttura** “concerne la tendenza di un elemento ad opporsi alla ristrutturazione”
4. **Fissità funzionale** ovvero “la tendenza a impiegare gli elementi del problema secondo il loro uso comune o tradizionale” mentre la soluzione del problema richiede usi alternativi.

La meccanizzazione

Ovvero la tendenza a trasferire in contesti diversi una strategia che in precedenza si era rivelata vincente.

Il principio della gravidanza

Consiste nella tendenza ad organizzare il campo problemico secondo alcuni principi percettivi che “possono talvolta chiudere prematuramente il processo di soluzione”.

Pregiudizi e prevenzioni

Non finiremmo più di scrivere...

QUANDO IL GRUPPO INIBISCE

Lo “scarso allenamento” al lavoro di gruppo e la scarsa riflessione su alcuni disturbi tipici del lavorare in gruppo può avere come conseguenza quella di rimanere vittime di alcune effetti o forme di ostilità che andiamo a “smascherare qui di seguito”. Vediamo 7 tra le più diffuse :

1. La sindrome della “vittoria sconfitta”:

I componenti tentano di individuare nelle dichiarazioni altrui i contenuti a loro avviso sbagliati. La discussione è solo un incontro da vincere soli contro tutti. La vittoria dell'altro è vissuta come mia sconfitta personale invece che un utile apporto di idee.

(P.S. IL VERO AVVERSARIO? LA MANCANZA DI IDEE)

2. Il Massacro delle idee:

si cerca di correggere o demolire le idee altrui che sembrano inutilizzabili senza domandarsi se contengono qualche spunto positivo,

(P.S. IN OGNI COMUNICAZIONE ESISTE QUALCOSA DI POSITIVO)

3. La sindrome dell'uomo nero:

non appena si presenta un problema si presenta il colpevole anziché analizzare la soluzione. In un ambiente in cui si cerca sempre “chi è stato a sbagliare” tutta la comunicazione è di stile difensivo.

(P.S. L'OBIETTIVO NON È DI PREMIARE CHI NON FA ERRORI, MA TRASMETTERE MESSAGGI CHIARI PER ARRICCHIRSI "CULTURALMENTE" A VICENDA)

4. La sindrome della prima donna

la posizione nella scala sociale, il titolo accademico o il livello gerarchico, spesso determinano la bontà dell'idea, la influenzano o la bocciano.

5. Il gioco delle competenze

quando si è poco disposti ad accettare le idee degli altri la scappatoia è sempre fornita dalle competenze tecniche. Ognuno parla dal lato delle sue conoscenze e la comunicazione diventa un discorso chiuso tra persone chiuse nel proprio guscio di competenze.

6. Sindrome della mosca-cieca

quando non si vede la soluzione in una discussione anziché cercare una nuova strada ci si perde nell'analisi conflittuale dei dettagli. Una mosca cieca dove ci si rincorre anziché affrontare la realtà nel complesso.

7. L'autoaffermazione

molti non aspettano altro che una situazione di crisi per poter monopolizzare la situazione, assumendone il controllo, imponendo finalmente il proprio "potere". In altre parole ognuno trova che gli altri sono suscettibili, attaccati alla loro idea, cattivi ascoltatori... il colpevole sembra essere sempre tra gli altri.

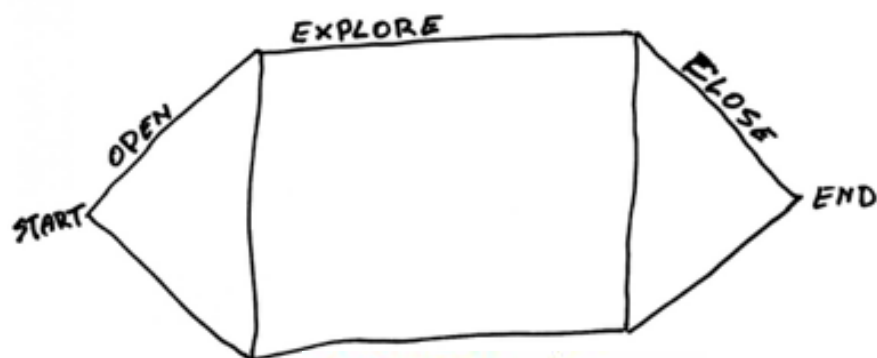
Perché? Forse perché il sistema formativo premia prevalentemente le prestazioni dei singoli e trasforma i non vincitori in perdenti. Naturalmente premiando il singolo si scoraggia il lavoro di gruppo (che è diverso dal lavoro IN gruppo) e si riduce la capacità di cogliere dagli altri l'aspetto positivo di ogni loro intervento, in modo tale che alla fine PERDE la struttura nel suo complesso.

Il modello creativo nei processi decisionali e progettuali

In una realtà sempre più liquida, complessa, interdipendente, con risorse spesso limitate, è sempre più difficile orientarsi e assumere decisioni efficaci. La realtà non risponde a semplici meccanismi di causa ed effetto, dove A genera B che determina C da cui consegue D. Dal mio punto di partenza A al mio punto di arrivo B potrei percorrere strade diverse, vi è un mondo complesso e interdipendente che chiede di essere esplorato con lucidità.

La creatività diviene allora una risorsa essenziale in quanto ci permette di cogliere dalla realtà (spegnendo i nemici indicati sopra), opportunità, alternative, nuove connessioni, prospettive diverse, risorse non prese prima in considerazione.

Avremo quindi un modello di questo tipo:



FASE DIVERGENTE

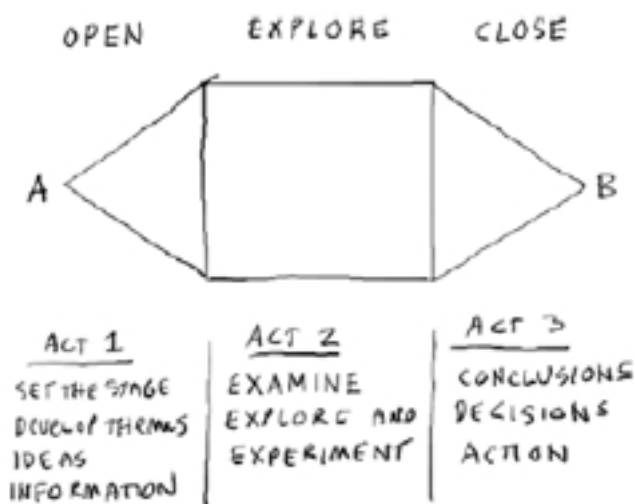
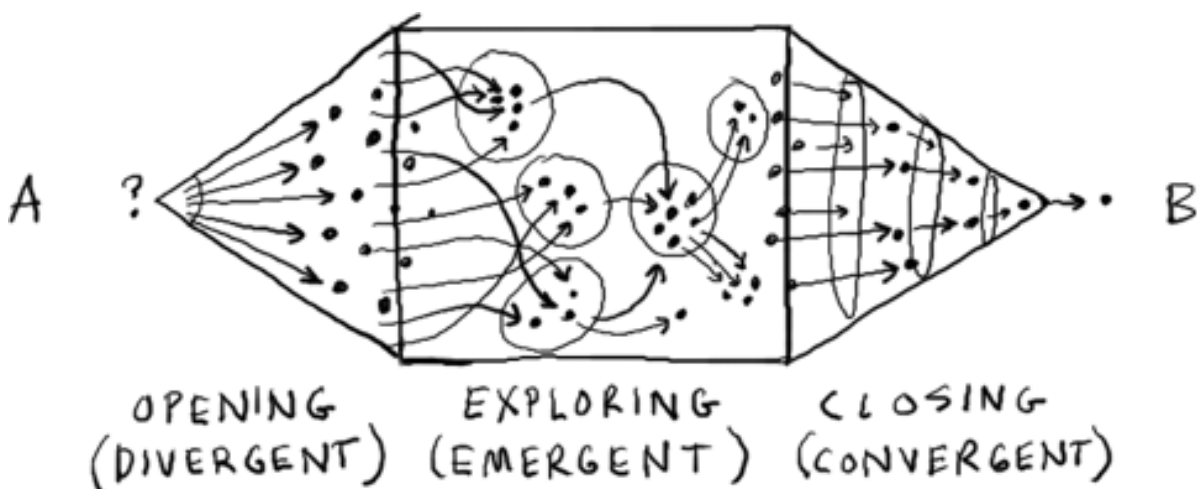
Parto da un punto iniziale (problem setting: obiettivi, risorse,...) e da lì possono iniziare a generare più possibilità. Mi apro alla situazione, alla realtà, valutando tutte le possibili opzioni.

FASE EMERGENTE

All'interno della parte di realtà che vado ad aprire, metto in atto dei processi esplorativi, cercando di connettere, elaborare, riconfigurare le possibilità e le opzioni.

FASE CONVERGENTE

A questo punto cerco di giungere ad una conclusione, opero delle scelte per poi mettere in atto delle azioni.



Ognuna di queste fasi richiede l'uso di strumenti di lavoro che aiutino a tenere acceso il pensiero creativo e a tenere sotto controllo i suoi nemici.

Esempio:

OPEN

- brainstorming
- mappa mentale
- asso

EXPLORE

- raccogliere le idee in insiemi (clusters), ordinarle, connetterle, mettere in ordine di importanza o su degli assi
- uso di metafore
- storyboard
- associazioni forzate

CLOSE

- sistemi di voto non conflittuali
- 3 occhiali per decidere
- Scale di priorità

A cura del dott. Fabrizio Carletti
fabriziocarletti@creativ.it