

## La creatività generativa nella formazione

### Dal Problem Solving al Solution Finding

di Gianni Clocchiatti \*

Qualsiasi cosa sia la creatività, è una parte  
nella soluzione di un problema.

*Brian Aldiss*

#### **Come si innesta la creatività nel processo formativo?**

Innanzitutto sgomberiamo il campo dai luoghi comuni della creatività intesa come fantasia, estro creativo o genialità individuale, una visione ottocentesca e romantica che stenta ad scomparire. In secondo luogo affermiamo che la creatività non esiste più al singolare, ma solo declinata al plurale, le creatività.

Siamo tutti creativi, ma non nella stessa maniera. C'è chi preferisce utilizzare lo strumento verbale, chi quello sonoro, quello grafico, quello gestuale. Nel campo delle idee alcuni sono più adattatori, migliorano l'esistente, mentre altri preferiscono la rottura, l'audacia.

Alcuni si muovono meglio nel campo dell'immaginario, altri amano risolvere l'enigma, seguendo la pista come fa un segugio. Per questo motivo è opportuno utilizzare il termine creatività solo al plurale, declinandolo in funzione della risorsa fondamentale che in quel momento viene attivata, così come avviene per l'intelligenza, anzi per le intelligenze.

Ecco perché preferiamo parlare di creatività immaginativa, ad esempio come nelle fantasie dei bambini, di creatività artistica, certo la più ovvia e conosciuta, di creatività investigativa, quella del ricercatore e dello scienziato, di creatività speculativa, la più nobile, quella del filosofo e del

---

\* Formatore, creativity coach, consulente di direzione per lo sviluppo delle persone. Fondatore di Eticrea – e-mail: [g.clocchiatti@eticrea.it](mailto:g.clocchiatti@eticrea.it)

pensatore e infine di creatività generativa, quella di chi genera idee, soluzioni e cambiamento in funzione di un obiettivo o di una sfida prefissata.

Condividere questa prima analisi ci è utile per poterne introdurre un'altra: quella tra addestramento e formazione, tra il saper fare e il saper essere. Nella prima ci si addestra per correggere o perfezionare un'attività concreta, per imparare nuove procedure, aggiornare contenuti tecnici e operativi, nella seconda invece per riconoscere e migliorare le motivazioni individuali e i comportamenti, modificare e sperimentare le strategie.

Esistono diversi modi di fare formazione in azienda, diversi modelli e atteggiamenti, ma possiamo concordare sul fatto che tutti hanno un obiettivo prevalente: stimolare un cambiamento che generi valore nell'azienda e nelle persone.

La formazione è dunque cambiamento, così come le creatività. E se il cambiamento è il presupposto della competitività, le creatività sono il presupposto del cambiamento.

### **La creatività generativa può essere di grande aiuto alla formazione.**

Il saper apprendere per saper cambiare ha bisogno infatti di un nuovo pensiero. Come si usa spesso dire: "se continuo a fare ciò che ho sempre fatto, continuo ad ottenere ciò che ho sempre ottenuto." La creatività generativa parte proprio da questo, ci allena ad osservare la realtà sotto altri punti di vista, ad essere curiosi, a cogliere aspetti prima trascurati, a scoprire inattese combinazioni, nuove, più utili, alternative.

Non stiamo parlando degli innumerevoli e divertenti giochi "creativi" che si somministrano nelle aule, ma di un metodologia strutturata che genera e favorisce nuovi comportamenti. Un modo di pensare, ancora oggi alquanto diffuso, privilegia la logica, la sequenzialità, la deduzione. La mente è tutto, il pensiero razionale è in grado da solo di cambiare il mondo. Forse era vero, in un mondo immutabile. Non lo è più oggi, immersi come siamo nei rapidi e faticosi cambiamenti che stiamo sperimentando. Il pensiero razionale o verticale, certamente utile in alcune circostanze, si trasforma oggi in un ostacolo, in un nemico interno. Ci può essere invece d'aiuto un pensiero più creativo, più laterale.

## **Come possiamo fare per essere più creativi?**

Innanzitutto stimolando differenti modi di esaminare, di osservare, maggiore flessibilità nell'analisi, più originalità nelle soluzioni. In tal modo si ottengono non solo risultati concreti ed immediati, ma si sviluppano processi di evoluzione personale nel lungo periodo.

“Questo è impossibile, non si può fare!” quante volte l'avrete sentito dire in aula? Forse a volte l'avrete pensato anche voi. Cambiare certo non è semplice, tenuto conto delle nostre abitudini mentali e delle convinzioni, spesso limitanti, così radicate e pervicaci. Ecco perché ci serve “qualcosa” che ci dia una mano per superare gli ostacoli naturali, psicologici, culturali. Il “qualcosa” che ci consente di andare oltre è il metodo, la tecnica, gli strumenti.

Il Problem Solving ci ha accompagnato negli ultimi cinquant'anni con i suoi attrezzi, tuttora validi, ma comincia a risentire degli acciacchi dovuti all'età. Noi preferiamo parlare di Solution Finding perché riteniamo sia meglio pensare agli obiettivi, alle sfide piuttosto che ai problemi, agli impedimenti. Non certo per negarli, quanto per superarli. E non è solo una questione di lessico. Le parole sono importanti e sappiamo bene come esse strutturino, che noi lo vogliamo o meno, il nostro pensiero ed il conseguente agire.

## **Il Creative Solution Finding**

Nel Creative Solution Finding, ad esempio, note tecniche di creatività si accompagnano ad altre inedite, le strutture linguistiche vengono utilizzate per analizzare in maniera stimolante la realtà, il lavoro del gruppo viene arricchito ed energizzato con nuove interazioni.

L'approccio, l'avrete capito, è quello esperienziale, là dove si impara facendo e solo dopo, riflettendo sul processo, si perviene alla costruzione di un quadro d'insieme astratto e utile per riprodurre l'esperienza anche fuori dall'aula. Ma l'approccio creativo va ben oltre la formazione esperienziale e l'apprendimento in azione. Può generare un autentico cambio di paradigma. Se lo desideriamo, ovviamente.

## **Le tre fasi del processo creativo**

Il processo, organizzato su tre livelli, tre fasi distinte e sequenziali, passa da un primo momento di analisi e definizione degli obiettivi o meglio delle sfide, ad un secondo momento di generazione di idee, di germogli di cambiamenti possibili, di possibili soluzioni che solo nella terza fase

vengono raccolte, classificate, organizzate e trasformate in piani d'azione concreti.

La prima fase incoraggia l'uso di un pensiero prevalentemente sistemico e analitico, la seconda di un pensiero creativo, la terza di un pensiero critico e razionale. Proprio nell'utilizzo sequenziale e strutturato di questi tre modi di pensare sta il valore del processo e la sua utilità nell'attività formativa. Ci si allena infatti a pensare, e ad agire, in maniera diversa e appropriata in funzione della situazione in cui ci si trova, sia essa la definizione di obiettivi, la ricerca di soluzioni, la stesura di progetti, la pianificazione di azioni, la verifica dei risultati.

Pensare ed agire creativamente facilita inoltre lo sviluppo della responsabilità, del prendersi cura del problema, dell'obiettivo, dell'agire insieme agli altri nella magia del gruppo, del sostenere le proprie idee accogliendo simultaneamente quelle degli altri. Lo slogan oggi di moda: "Yes, we can" si trasforma in: "Yes, I care", mi interessa, mi coinvolge, me ne voglio prendere cura.

### **Importanza dell'aspetto ludico**

L'aspetto ludico infine non è indifferente. Considerato spesso banalizzante nel processo formativo, in realtà, quando ben governato, è un moltiplicatore incredibile dell'apprendimento. Basti pensare a quanto imparano i bambini nei loro primi anni di vita e a come, anche noi, da "grandi", impariamo più rapidamente e facilmente quando ci divertiamo piuttosto che quando "dobbiamo" farlo per forza.

### **Una metodologia utile in diversi ambiti formativi**

La creatività generativa è una metodologia trasversale, la si può utilizzare, adattandola, in svariati contesti e in diversi ambiti formativi poiché mette in gioco energie e intelligenze complesse, consente di passare dal pensiero unico ai pensieri multipli.

A parte l'indispensabile utilizzo all'interno dei processi innovativi essa può trovare applicazione in percorsi formativi aziendali come nel project management, nel team building, nella negoziazione e nella gestione del cambiamento organizzativo, nell'innovative leadership.

Per erogarla servono tuttavia competenze professionali supplementari, non basta essere un buon formatore, e qui già è in atto un ampio dibattito, occorre saper essere anche un buon facilitatore di processi creativi e questa sta già diventando una nuova e sfidante professione.