

Renata Borgato

FrancoAngeli

# Il posto delle fragole

MANUALI



**153 giochi ed esercitazioni  
per potenziare la creatività**



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

Renata Borgato

# **Il posto delle fragole**

**153 giochi ed esercitazioni  
per potenziare la creatività.**

MANUALI FrancoAngeli

Copyright © 2012 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

<b>Prefazione</b>	
di <i>Dario Mariotti</i>	pag. 13
<b>Introduzione</b>	» 17
Di che cosa parla questo libro	» 17
A chi si rivolge il libro	» 17
Com'è organizzato il libro	» 18
<b>Premessa</b>	» 19
<b>1. Le presentazioni</b>	» 21
1. Reinventare se stessi	» 22
2. Il gioco dell'anagramma	» 22
3. Voi e il vostro puzzle	» 23
4. Se io fossi...	» 24
5. Figurine	» 25
6. Io rassomiglio a un serpente perché...	» 26
7. Il mio oggetto più caro è...	» 26
8. Il mio sogno nel cassetto	» 26
9. Cammin facendo	» 27
10. Le tasche piene	» 27
<b>2. Di che cosa parlo quando parlo di creatività</b>	» 28
1. Ma che cos'è la creatività?	» 28
2. La creatività è...	» 32
3. Che cosa mi viene in mente?	» 33
4. L'acronimo	» 34

<b>3. Riflessioni sulla creatività</b>	pag.	36
1. La creatività mi serve a...	»	36
2. Multi stage picking up	»	38
3. Identikit del creativo	»	40
4. Come generare creatività	»	42
4.1. Stimolare alla creatività	»	43
4.2. Le condizioni necessarie alla creatività	»	43
4.3. Come si aumenta la creatività	»	45
<b>4. Alleati della creatività</b>	»	47
1. La capacità di immaginare	»	47
1.1. Cosa rappresenta quella macchia d'inchiostro	»	47
1.2. L'impronta digitale	»	48
1.3. E se...	»	49
1.4. Il guardaroba in fiamme	»	51
1.5. La raccolta differenziata	»	51
1.6. Mi invento l'uso	»	53
1.7. Giochi da spazzatura	»	55
1.8. Moltiplicare l'uso	»	56
1.9. Moltiplicare il senso	»	57
2. Capacità di osservare	»	58
2.1. Il quadro	»	58
2.2. Apparentemente uguali	»	59
2.3. Particolari in comune	»	60
2.4. Il gioco di Kim	»	60
2.5. Attenzione ai particolari	»	62
3. Cambio l'angolo visuale	»	62
3.1. Un'altra storia	»	63
4. Capacità di visualizzare	»	64
4.1. Il messaggio nascosto	»	64
4.2. L'anello di congiunzione	»	66
4.3. La lumaca	»	67
4.4. Le fette di torta	»	67
4.5. La recinzione	»	68
4.6. La figura geometrica	»	69
4.7. Ingrandisco, anzi rimpicciolisco	»	69
5. Capacità di focalizzare	»	71
5.1. Focalizzo	»	72

5.2. Focalizzazione specifica	pag. 73
6. Pausa creativa	» 74
6.1. L'orto pensile	» 74
6.2. Il giocatore di scacchi	» 75
6.3. Attenzione, pericolo!	» 76
6.4. La figlia del debitore	» 77
7. Fluidità	» 78
7.1. Lipogramma in A	» 79
7.2. Sinonimi	» 79
7.3. Invece di dire mela	» 80
7.4. Lo dico così	» 80
7.5. Viola come...	» 81
7.6. I cartelli	» 81
8. Flessibilità	» 82
8.1. La tela del pittore	» 83
8.2. Fiammiferi spenti	» 83
8.3. Cubi e ancora cubi	» 84
9. Associazioni	» 85
9.1. Mi viene in mente	» 86
9.2. Giochi di parole	» 87
9.3. Passando da...	» 88
9.4. Altri passaggi	» 89
9.5. La parola mancante	» 90
9.6. E questo che c'entra?	» 92
9.7. Diventa più difficile	» 93
9.8. L'ufficio della signora Maria	» 94
9.9. Serendipity	» 96
10. Brain storming	» 99
10.1. La redazione	» 101
10.2. Brain storming in serie	» 102
10.3. Brain storming visivo	» 102
10.4. Brain writing	» 103
11. Crea, flash a due	» 104
11.1. L'isola del vento	» 104
12. Ventaglio di concetti	» 105
12.1. Un parco giochi per gli adulti	» 105
13. Polarizzazione	» 106
13.1. Lancio il mio negozio	» 106



14. Le analogie	pag. 109
14.1. La capacità di fare analogie	» 110
14.2. Il colibrì	» 111
14.3. Tra animali	» 113
14.4. Analogie personali	» 114
15. Sinapsi	» 115
15.1. Ma è una scopa?	» 115
16. La lista degli attributi	» 116
16.1. Le mie caratteristiche sono...	» 117
17. Gli stratali	» 118
17.1. Le invenzioni preziose	» 118
17.2. Operazione cultura	» 119
18. La sinettica	» 120
18.1. Spendo meno per il telefono	» 120
19. Angeli e diavoli	» 124
<b>5. I “grandi metodi”</b>	» 125
1. Sei cappelli per pensare	» 125
2. Metodo PAPSA	» 130
3. Ideal Problem Solver	» 132
3.1. Che grande quiete!	» 132
4. La ridefinizione del problema	» 134
4.1. Sono grassa!	» 135
5. James Webb Youn	» 137
5.1. Ancora problemi	» 137
<b>6. I blocchi della creatività</b>	» 139
1. La paura	» 142
1.1. Giocoleria	» 142
1.2. I triangoli nascosti	» 143
1.3. Uniamo i punti	» 145
1.4. Valorizzo l’errore	» 145
2. La fretta	» 146
2.1. Esercitazione da fare in tre minuti	» 146
2.2. Spicciatevi con la risposta!	» 148
2.3. Test	» 149
3. Convinzioni limitanti	» 151

3.1.	Costruisco un quadrato	pag. 152
3.2.	Le cannuce	» 153
3.3.	I triangoli	» 154
3.4.	Punti	» 155
3.5.	Il foglio	» 156
3.6.	L'albero di Natale	» 156
3.7.	Le monete	» 157
3.8.	I conti tornano	» 158
3.9.	Le chiavi della macchina	» 159
4.	Fuga dalla soluzione	» 161
4.1.	Il rombo problematico	» 161
4.2.	I gemelli	» 162
4.3.	Un esperimento importante	» 163
4.4.	Una facile divisione	» 163
4.5.	Una contravvenzione inspiegabile	» 164
4.6.	Quesito del foglio e della moneta	» 164
4.7.	Relazioni misteriose	» 165
4.8.	Le lettere nel cerchio	» 166
4.9.	Anelli	» 166
4.10.	La catena d'oro	» 167
4.11.	La collana	» 168
5.	Implicazione parassita	» 168
5.1.	La nave di Archimede	» 169
5.2.	Il testamento	» 170
5.3.	Il custode	» 170
5.4.	Il fuggitivo	» 171
5.5.	I conti del signor Bianchi	» 172
5.6.	Al parco	» 172
5.7.	Il sindacalista	» 173
5.8.	Il problema dello scavo	» 174
5.9.	Il cavallo	» 174
6.	Coazione a ripetere	» 175
6.1.	Il travaso	» 175
6.2.	Sottosopra	» 178
6.3.	Individuo le mie abitudini ripetitive	» 179
7.	Fissità funzionale	» 180
7.1.	Ridefinisco l'uso	» 180
7.2.	La candela	» 181

7.3. Il ghiaccio	pag. 182
7.4. La progressione di numeri	» 183
7.5. La spia	» 183
7.6. Sequenza di numeri	» 184
7.7. Sequenza di lettere	» 185
7.8. La lettera	» 185
8. Incapacità di porsi domande al di là di ciò che è evidente	» 186
8.1. Gli esploratori	» 186
8.2. Il treno	» 187
8.3. Il contratto	» 187
8.4. Il pappagallo	» 188
8.5. Attaccato al posto di lavoro	» 189
8.6. Le monete contraffatte	» 189
9. Eccesso di regolarità	» 190
9.1. Costruire il quadrato	» 190
9.2. Il quadrato	» 191
9.3. Il triangolo	» 192
9.4. La grande T	» 192
9.5. La tavoletta	» 193
9.6. Divisione	» 194
10. Persistenza	» 194
10.1. I cavalli	» 194
10.2. La pistola carica	» 195
10.3. Un lupo e le pecore	» 196
10.4. Gli anni calano?	» 196
<b>7. Chiusura del corso</b>	» 198
<b>8. Dono di commiato</b>	» 200
<b>Postfazione. La creatività: processo e prodotto culturale</b>	
di <i>Carlo Bisio</i>	» 201
La creatività come pilastro del benessere	» 201
La creatività come prodotto di un'organizzazione	» 203
<b>Bibliografia</b>	» 205

A Monica Cicci, amministratore unico di Naiché Servizi per l'Impresa srl di Catania, che mi ha permesso di sperimentare molti di questi giochi nei corsi da lei organizzati. E che mi ha incoraggiato e aiutato nel mio lavoro.



# Prefazione

di *Dario Mariotti*

Chi si occupa quotidianamente dell'organizzazione della formazione continua degli adulti, quando si avvicina a un qualsiasi testo di tecniche di formazione, di sviluppo delle capacità di gestione o delle abilità personali, inevitabilmente si domanda quanto le teorie esposte, gli esercizi e i percorsi didattici proposti possano servire nel proprio lavoro.

Le “mie” classi sono prevalentemente costituite da gruppi di lavoratori provenienti dalle piccole e medie imprese manifatturiere di quella parte laboriosa di Lombardia che si estende a est di Milano, le più avvedute, quelle che, pur dovendo fare i conti con ritmi di lavoro ossessivi e sottocapitalizzazione cronica, riescono a trovare tempo ed energia – spesso ricorrendo al sostegno dei fondi interprofessionali – per far partecipare i lavoratori ai “corsi” di formazione, per investire su di loro, trasformando uno slogan abusato “le persone al primo posto” – in una decisione che costa e dalla quale si attendono ritorni concreti e immediatamente percepibili.

Certamente, al fondo della volontà di far crescere le “risorse umane” della propria azienda è sottesa l'idea della formazione come di una medicina che bisogna prendere per curare qualche carenza, una sorta di ricostituente che, preso anche in piccole dosi, al cambio di stagione, fa bene e consente di affrontare i nuovi impegni, consente di mantenersi “competitivi”.

Quest'idea di formazione, un po' malinconica oltre che spesso inefficace, è condivisa frequentemente anche dai formatori che si pongono come portatori di un sapere che deve essere trasferito da docente a discente e che una volta interiorizzato dai destinatari, per forza propria, innesca benefici processi di miglioramento delle competenze e dei comportamenti organizzativi.

La formazione, la formazione continua in particolare, come processo di trasferimento di conoscenze dal docente al discente, secondo il modello scolastico tradizionale, costituisce sicuramente un modello forte, che non

deve essere banalizzato, anzi. Chi ha esperienza di organizzazione della formazione per realtà produttive di piccole dimensioni constata quotidianamente che alcune nozioni e logiche basilari che costituiscono l'ossatura della gestione d'impresa, e che parrebbero nella disponibilità universale, in realtà non lo sono.

Ecco che allora la formazione di tipo tradizionale concreta, scolastica, didascalica, fatta di contenuti immediatamente applicabili, è quella che fondamentalmente queste aziende chiedono, quella per la quale sono disponibili a investire i loro denari e il tempo dei loro dipendenti.

Ai titolari o ai responsabili di queste aziende credo apparirà a prima vista un poco stravagante (nel puro significato etimologico del termine) un libro intitolato *Il posto delle fragole*.

Tuttavia l'immagine sopra tratteggiata dell'approccio delle piccole e medie imprese all'acquisizione delle competenze è un'immagine di insieme, semplificatrice e di comodo: moltissime di queste aziende stanno dimostrando di essere in grado di affrontare nuovi mercati, di innovare i loro prodotti, di sviluppare una visione aggiornata del loro futuro. Per i lavoratori di queste aziende, per i loro capi *Il posto delle fragole* è certamente un libro utile.

Sono infatti sempre più richiesti i corsi sulla creatività. È vero che sono richiesti e realizzati nelle grandi imprese che hanno maggiore disponibilità economica e Uffici Formazione in grado di definire piani di formazione coerenti con gli obiettivi di sviluppo, ma è un dato certo, riscontrabile, che le aziende di medie e piccole dimensioni sempre con maggiore determinazione, utilizzando strumenti di sostegno finanziario alla formazione, chiedono interventi formativi in grado di aggregare il loro personale, facilitare i processi di comunicazione interni, orientarli verso gli obiettivi di innovazione aziendale.

Finora ho fatto riferimento genericamente al personale o ai lavoratori delle aziende. È facilmente rilevabile che agli operai viene riservata prevalentemente una formazione di mestiere, quel che si definisce addestramento, destinando agli impiegati e ai quadri la formazione finalizzata a incrementare le "competenze soffici" le abilità funzionali allo sviluppo dei destini aziendali.

Forse proprio qui sta il limite maggiore, la barriera culturale che deve essere superata. *Il posto delle fragole* non è il posto degli impiegati, dei quadri, dei dirigenti, è il posto dei lavoratori, dei produttori che, insieme, ciascuno dando il meglio nel proprio ambito, contribuiscono quotidianamente al successo dell'azienda, e tale contributo è avvalorato da relazioni industriali corrette.

Ecco allora che la creatività, in un contesto di condivisione di obiettivi di sviluppo della realtà lavorativa, integra la sua connotazione di capacità personale di guardare la realtà in un modo diverso, con un elemento di socializzazione di questa propensione, diventa abito mentale dell'intera organizzazione produttiva. La creatività deve essere socializzata, non può che diventare modello di riferimento paradigma ricorrente che si sviluppa a tutti i livelli della gerarchia aziendale.

In quest'ottica, che nitidamente emergere dagli esercizi proposti dall'autrice, può sicuramente essere utile il presente libro che mette a disposizione dei formatori una sorta di eserciziario per coltivare e incrementare la capacità personale e allo stesso tempo collettiva di vedere le cose, riducendo il rischio di limitarsi a considerare la creatività esclusivamente come un dono personale da coltivare con un lavoro personale di studio e di approfondimento.

E con ciò i formatori alla creatività recuperano un ruolo nuovo, un nuovo posto delle fragole: non sapienti che conoscono le leggi dello sviluppo aziendale e trasferendole contribuiscono a ridisegnare l'immagine aziendale, ma professionisti che nel loro ruolo ancillare e determinante contribuiscono a fare in modo che l'impresa, nel suo complesso, acquisisca una visione quotidianamente aggiornata del proprio modo di essere e del proprio collocarsi nei confronti del mercato.

L'unico rammarico, dopo aver letto un libro sulla creatività, aver scritto una prefazione che forse doveva soffermarsi un po' di più in *Strawberry field*.





# Introduzione

## Di che cosa parla questo libro

Questo libro presenta una serie di giochi ed esercitazioni per sviluppare la creatività. Il suo obiettivo è apparentemente solo quello di far giocare, senza uno scopo preciso se non quello di mettersi alla prova; in realtà esso vuole stimolare la disponibilità a scoprire soluzioni diverse, diventare consapevoli, attraverso giochi ed esercitazioni, dei meccanismi che appannano le potenzialità creative delle persone e ad apprendere tecniche che le favoriscono.

I giochi sono finalizzati a far esperire tecniche individuali e di gruppo per favorire la creatività e a contribuire al riconoscimento dei più frequenti blocchi che ostacolano la piena esplicazione del proprio potenziale creativo.

L'importanza di appropriarsi, o riappropriarsi, della propria creatività è ormai riconosciuta sia in relazione alla perdita di fiducia nella ragione trionfante che al riconoscimento dell'inadeguatezza della sola intelligenza logica nello spiegare i risultati ottenuti dalla scienza.

Inoltre è ormai diffusa la consapevolezza che la sopravvivenza economica futura dipenda dall'invenzione di nuove strategie e dall'individuazione di nuove risorse.

## A chi si rivolge il libro

Questo libro si rivolge a un ampio pubblico: in un'epoca come la nostra caratterizzata dalla necessità di confrontarsi con stimoli e scenari sempre nuovi è strategicamente opportuno che ognuno diventi responsabile della creatività che ha in sé, che la coltivi e l'ampli. Ciò avviene attraverso percorsi personali sempre diversi e non riproducibili. Un libro, se incontrato al momento giusto, costituisce uno stimolo all'approfondimento e al cambiamento. È quanto ci si propone di fare presentando attraverso giochi ed eser-

citazioni alcune tecniche che possono migliorare le capacità implicite e latenti che ciascuno ha.

Oltre che a tutti coloro che amano lavorare su di sé, è possibile individuare un target più specifico, quello dei formatori, cui sempre più frequentemente e da committenti diversi vengono richiesti corsi che hanno per oggetto la creatività. Essi trovano in questo libro un repertorio vasto cui attingere e una prima traccia di commento.

Anche gli insegnanti possono cercarvi suggestioni e suggerimenti per arricchire le proprie lezioni.

Molti degli esercizi e dei giochi possono essere svolti anche individualmente e in questo caso il numero dei professionisti che possono essere interessati si amplia ancora: il libro può infatti risultare utile a chiunque voglia potenziare la propria creatività o riflettere sui meccanismi mentali a essa connessi, ma anche a chi della creatività abbia fatto uno strumento di lavoro.

Per questo è rivolto a coloro il cui ruolo centrale è legato alla produzione di idee nuove e a chi deve quotidianamente produrre innovazione: manager, esperti di marketing il cui interesse è rivolto a identificare le caratteristiche dei prodotti, pubblicitari che potranno trovarvi stimoli significativi.

## **Com'è organizzato il libro**

Dopo una prima parte introduttiva che aiuta a individuare le caratteristiche della creatività e i vantaggi che si traggono dal suo uso, il libro individua le capacità che facilitano l'esplicazione della creatività. Il riconoscimento della loro importanza predispone a fare di esse un uso consapevole e strategico.

I giochi e le esercitazioni proposte in questa sezione hanno lo specifico obiettivo di contribuire al loro potenziamento.

In seguito il libro presenta e fa sperimentare tecniche di creatività e alcuni dei più celebri metodi studiati per accrescere la creatività.

Segue una sezione in cui vengono indicati i meccanismi che hanno, al contrario, un effetto inibitorio.

Riuscire a riconoscerli è un passaggio ineludibile per chi voglia liberarsi da essi.

## Premessa

“Nihil sub sole novum” troviamo scritto nell’Ecclesiaste.

Se ciò era vero tanti secoli fa, tanto più lo è ai giorni nostri. Ma, come ebbe a scrivere Proust, “il vero viaggio di scoperta non consiste nel cercare nuove terre, ma nell’avere nuovi occhi”.

La creatività risiede proprio nel nuovo sguardo che si appunta su cose già note e scorge aspetti nuovi, prospettive non indagate, implicazioni inattese, che trova soluzioni insperate per problemi mai risolti.

Eppure non è possibile definire creativa un’idea piuttosto che un’altra: ciò che appare nuovo e originale a una persona, che le fa esclamare “non ci avrei mai pensato!” può risultare del tutto scontata, banale per un’altra o per molte altre.

In molti casi trovare le angolature nuove è un esercizio difficile: l’abitudine a un determinato punto di vista tranquillizza, crea affezione e impedisce di cogliere le angolature diverse che pure, con un nuovo sguardo, sarebbe possibile scorgere.

Lo sguardo nuovo è frequentemente una *conditio sine qua non* perché si veda al di là di quanto siamo condizionati ad attenderci. Si sente frequentemente dire che questa capacità è propria dei bambini e che l’educazione l’ottunde, ma forse più che a costrizioni ciò è dovuto al fatto che anche per i bimbi il mondo diviene progressivamente sempre meno sconosciuto. Man mano che si sedimentano previsioni, visioni abituali si apprende anche l’uso delle euristiche, delle scorciatoie per decodificare e incasellare le cose. Comincia anche ad affacciarsi un primo quadro di cose che “sono sempre state così”.

È abbastanza superfluo domandarsi se l’instaurarsi di tali meccanismi sia positivo: esistono e con essi occorre fare i conti. Proprio per contrastare gli effetti della consuetudine, i formatori e le formatrici sono chiamati spesso a stimolare la creatività, presente ma sopita, nelle persone.