

Isabella Dell'Aquila,  
Alessandra Ferri

# BENVENUTA CREATIVITA'

Giochi per sviluppare la creatività  
dei bambini e dei ragazzi  
dai sei anni in poi



Le Comete FrancoAngeli

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.





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.

**Isabella Dell'Aquila,  
Alessandra Ferri**

# **BENVENUTA CREATIVITA'**

**Giochi per sviluppare la creatività  
dei bambini e dei ragazzi  
dai sei anni in poi**

**Le Comete FrancoAngeli**

Copyright © 2016 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>Come usare questa guida</b>	pag. 9
<b>Come usare le schede tecniche</b>	» 11
<b>Prefazione</b>	» 13
Perché promuovere la creatività	» 13
I falsi miti della creatività	» 15
<b>Breve storia della creatività</b>	» 19
Cosa fare per soffocare la creatività del bambino	» 21
Scheda tecnica n. 1 – <i>Il brainstorming o ruota libera</i>	» 22
Scheda tecnica n. 2 – <i>La mappa mentale</i>	» 26
<b>Preparare il terreno – Il talento</b>	» 31
Scheda tecnica n. 3 – <i>Il test del cerchio</i>	» 34
Scheda tecnica n. 4 – <i>Sviluppare il potenziale creativo</i>	» 37

<b>Educare a un atteggiamento creativo – L’energia</b>	pag. 43
La curiosità	» 44
Scheda tecnica n. 5 – <i>Sviluppare la curiosità</i>	» 46
Utilizzare e sviluppare le facoltà percettive	» 52
Scheda tecnica n. 6 – <i>L’udito</i>	» 54
Scheda tecnica n. 7 – <i>L’olfatto</i>	» 55
Scheda tecnica n. 8 – <i>Il gusto</i>	» 56
Scheda tecnica n. 9 – <i>Il tatto</i>	» 58
Scheda tecnica n. 10 – <i>La vista</i>	» 59
Scheda tecnica n. 11 – <i>Musica maestro!</i>	» 61
Scheda tecnica n. 12 – <i>Sviluppare la sinestesia</i>	» 63
Le relazioni costruttive	» 65
Scheda tecnica n. 13 – <i>Attivare il dialogo interno</i>	» 70
La fiducia in se stessi	» 71
Scheda tecnica n. 14 – <i>L’assertività</i>	» 75
Scheda tecnica n. 15 – <i>Divertirsi con le emozioni</i>	» 78
Scheda tecnica n. 16 – <i>Educare al pensiero positivo</i>	» 81
La gestione del gruppo	» 84
L’importanza degli <i>strokes</i>	» 85
L’arte della critica costruttiva	» 87
Le scoperte della Nuova Comunicazione	» 89
<b>Attivare il processo creativo – Il processo</b>	» 93
La creatività come processo	» 93
Copiare è creare	» 94
La dialettica dell’intelligenza creativa	» 94
Il pensiero magico	» 96
Scheda tecnica n. 17 – <i>Il pensiero magico</i>	» 98



La logica classica e le logiche euristiche	pag. 100
La logica associativa	» 100
Scheda tecnica n. 18 – <i>Il principio base del pensiero creativo: la bissociazione</i>	» 102
La logica analogica	» 107
Scheda tecnica n. 19 – <i>La ricchezza della logica analogica</i>	» 108
Scheda tecnica n. 20 – <i>La logica analogica per giochi letterari</i>	» 110
La logica combinatoria	» 115
Scheda tecnica n. 21 – <i>La logica combinatoria e le matrici</i>	» 116
La logica onirica ( <i>òneiros</i> = sogno)	» 120
Scheda tecnica n. 22 – <i>La potenza dei sogni</i>	» 121
<b>Applicare il metodo creativo – Il metodo</b>	» 125
Scheda tecnica n. 23 – <i>La tappa della Percezione</i>	» 129
Scheda tecnica n. 24 – <i>La tappa di Analisi</i>	» 132
Scheda tecnica n. 25 – <i>La tappa della Produzione</i>	» 136
Scheda tecnica n. 26 – <i>La tappa di Selezione</i>	» 140
Scheda tecnica n. 27 – <i>La tappa di Applicazione</i>	» 141
La gestione di se stessi	» 143
<b>La creatività nella scuola: due case studies</b>	» 149
La scuola come un’isola	» 150
Eros fa girare il mondo e la conoscenza!	» 153
<b>Conclusioni, di Hubert Jaoui</b>	» 157
Le tre missioni dell’educatore: crescere, far crescere, insegnare ad apprendere	» 157



---

# Come usare questa guida

La creatività presentata in questo libro non si realizza in opere straordinarie ma in piccoli momenti quotidiani che aprono la mente e fanno battere il cuore.

Questo manuale vuole essere una guida pratica per l'uso di tecniche e processi creativi da utilizzare con i vostri figli e in particolare si rivolge alla fascia di età che va dai sei ai diciotto anni.

La creatività, per noi, è da intendersi come un complesso di predisposizioni innate che possono venire più o meno sviluppate dalla famiglia, dalla scuola e dalla società.

Per fare questo, bisogna tenere conto che l'intelligenza creativa deriva dalla confluenza di tre fattori: talento, metodo ed energia, necessari per l'attivazione del processo creativo.

La struttura del testo si articola in quattro parti principali, anticipate da un'introduzione e da un piccolo *excursus* storico in cui si evidenzia la validità delle applicazioni del metodo e delle tecniche creative:

- preparare il terreno – Il talento;
- educare a un atteggiamento creativo – L'energia;

- attivare il processo creativo – Il processo;
- applicare il metodo creativo – Il metodo.

Nella prima parte si affronta la tematica dello sviluppo delle potenzialità di ogni individuo e presentiamo un test per la misurazione del QC (quoziente creativo) e alcuni esercizi *ad hoc* di facile uso. L'obiettivo di questa prima parte è rendere chiaro che il talento, ossia l'attitudine a immaginare delle soluzioni originali e efficaci, è presente in tutti noi dalla nascita e che può essere liberato e tonificato con una ginnastica quotidiana, una forma di "palestra mentale", destinata a sviluppare la fluidità, la flessibilità e l'originalità del pensiero.

Nella seconda parte presentiamo i contributi dell'analisi transazionale e della Nuova Comunicazione soprattutto perché le caratteristiche dell'atteggiamento creativo, che nascono nell'individuo, sono incoraggiate dalle relazioni. Siamo ben consapevoli che è l'energia il fattore principale della creatività, energia che nasce da un atteggiamento positivo.

Nella terza parte approfondiamo i fondamenti del processo creativo che consistono nell'arte di mantenere separate la fase convergente e la fase divergente del pensiero e nell'attivazione di diversi tipi di logiche. Pensare l'impossibile per poi trovare come renderlo realizzabile: così si può riassumere la dialettica creativa. Questo approfondimento è utile per permetterci di applicare con facilità il metodo creativo.

La quarta parte è dedicata alle cinque tappe del metodo creativo, utilizzato per trovare delle risposte, ma anche per scoprire dei nuovi punti di vista. Ogni tappa è caratterizzata dall'alternanza delle due fasi, divergente e convergente, e da una sintesi finale i cui dati saranno riportati nella tappa successiva. È la sezione più delicata perché serve a guidare i giovani verso il raggiungimento dell'autonomia del loro pensiero.

---

# Come usare le schede tecniche



Le 27 schede, contenenti ognuna numerose tecniche creative, sono state tutte concepite in modo da poter coinvolgere la sfera emotiva e relazionale dei

ragazzi e aiutarli a sviluppare nel tempo una maturità individuale e di gruppo.

Per facilitarne l'uso, ogni scheda indica le capacità cognitive che si vogliono sviluppare e riporta le relative istruzioni e materiali, tutti facilmente reperibili.

Inoltre, l'età dei ragazzi è indicativa perché le attività possono essere adattate, semplificandole o rendendole più complesse, secondo le varie situazioni e le differenti esigenze.

Tutte le tecniche rispettano l'equilibrio del pensiero creativo con una prima fase di apertura, detta di divergenza, seguita da una fase di chiusura o convergenza. Queste differenti fasi possono essere separate, utilizzandone anche una sola alla volta, così com'è possibile scegliere solo una tecnica ritenuta adatta per raggiungere un determinato obiettivo.

Quando utilizzate le tecniche in famiglia, il ruolo dell'animatore sarà assunto da uno dei genitori, o da un familiare. Benvenuti zii e nonni!

Le tecniche di gruppo possono funzionare a partire da tre partecipanti.

In ambito scolastico il docente potrà utilizzarle sia individualmente, sia con piccoli gruppi, sia con l'intero gruppo classe.

Quasi tutte le tecniche sono di facile applicabilità, non prendono molto tempo e, una volta apprese, diventerà spontaneo e agevole utilizzarle nel quotidiano. Si può ripetere una tecnica più volte o scegliere di utilizzarne sempre di nuove.

Altre richiedono tempi più lunghi all'inizio, ma una volta integrate porteranno vantaggi a lungo termine nello sviluppo dei processi cognitivi coinvolti.

L'esperienza stessa vi porterà ad applicare ogni tecnica nei tempi e nei modi desiderati.

A volte, sono indicate delle variazioni di realizzazione di alcune tecniche che le rendono adattabili in vari contesti e sappiamo che molte altre possono essere trovate da voi e... dai ragazzi stessi!

Per noi l'ideale è che con il tempo i ragazzi si appropriino del metodo e comincino a gestire le tecniche da soli o in gruppo.

---

# Prefazione

## **Perché promuovere la creatività**

Che la società stia cambiando vertiginosamente è oramai un fatto accettato da tutti. Responsabili di governi e istituzioni, dirigenti aziendali sono obbligati a scapicollarsi per adattarsi al cambiamento e cercare di cavalcare l'onda. Non tutti ci riescono e purtroppo molti rischiano di venirne sommersi.

Una delle motivazioni che ci hanno spinto a scrivere questo libro è la sensazione che gran parte della nostra società sembri non riuscire ad adeguarsi al mondo che cambia. Ed è proprio la creatività che può aiutarci, in una realtà sempre più complessa, a trasformare un problema in una sfida da superare, e a fare della mancanza l'occasione per innovare.

Per questo ci rivolgiamo a tutti gli educatori, *in primis* genitori e insegnanti, per presentare una creatività che si radichi nel pensiero e nei comportamenti e che accompagni i nostri ragazzi nella vita e nel lavoro.

L'Italia presenta una strana situazione con alcune eccellenze riconosciute in campo internazionale e, al contrario, con difficol-

tà enormi riscontrate quotidianamente da educatori, professori, studenti e genitori. Difficoltà che si traducono in bassi risultati scolastici, come testimoniano i rapporti annuali dello studio Ocse/Pisa. Risultati che dipendono in gran parte anche dal tipo di relazione tra docenti e studenti, quindi non da strutture fatiscenti o programmi inadeguati, ma dalle persone e dalle loro relazioni. Per la prima volta nel 2012 è stato esaminato come il rapporto tra docente e ragazzo influenzi il senso di appartenenza dei ragazzi alla scuola, il loro benessere e persino il loro rendimento scolastico<sup>1</sup>. L'Italia finisce quartultima sugli oltre sessanta Paesi studiati, davanti solo ad Argentina, Francia e Liechtenstein.

Nelle migliori università americane oggi la creatività ha raggiunto lo status di disciplina accademica. E non stiamo parlando di corsi di laurea che studiano le dinamiche della creatività sotto il profilo psicologico o manageriale, ma di interi corsi volti a sviluppare un approccio creativo negli studenti. E se, certamente, la creatività può essere usata anche per aumentare il fatturato, rimane comunque una strada privilegiata per affrontare il cambiamento e la crisi.

Per Andrea Schleicher, direttore del programma Ocse/Pisa, l'idea di base è che imparare non sia un'attività che trova la sua giustificazione in se stessa, ma serve a sviluppare il potenziale di ogni individuo. Oggi acquistano valore competenze complesse da imparare e difficili da insegnare come la creatività, il pensiero laterale e il pensiero critico, l'attitudine al problem solving, la capacità di comunicare e collaborare<sup>2</sup>. Competenze che una volta apprese l'individuo può utilizzare in qualsiasi campo scelga di sviluppare gli studi o la professione. Professioni che probabilmente noi adulti non sappiamo fare e addirittura che oggi ancora non esistono. Dobbiamo essere pronti ad accogliere il nuovo!

<sup>1</sup> [https://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PIF-50-\(eng\)-FINAL.pdf](https://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PIF-50-(eng)-FINAL.pdf).

<sup>2</sup> <http://nuovoutile.it/quanto-deve-cambiare-la-scuola-del-duemila/>.



## I falsi miti della creatività



Per sfatare alcune leggende metropolitane sulla creatività diamo un'occhiata alle affermazioni più comuni che continuano a circolare.

### **La creatività è un dono concesso a pochi**

Nell'antica Grecia la creatività era ritenuta una dote propria solo degli dei per cui gli esseri umani potevano essere creativi solo grazie alle divinità ispiratrici. Niente di più falso: il talento creativo è innato in tutte le persone. In alcune si manifesta in modo più spontaneo, in altre ha bisogno di essere coltivato e sviluppato. Purtroppo quando si passa ad attività più "serie" quali leggere, scrivere e far di conto, spesso, questo talento viene inibito da un approccio metodologico consolidato.

### **La creatività non si può insegnare**

Non solo la creatività non è un dono per pochi ma è una capacità innata che può essere sviluppata. È quindi possibile allenare i ragazzi per fare emergere e sviluppare i fattori del talento. Sappiamo tutti che un bambino che vive in un contesto in cui è utilizzato un linguaggio particolarmente elaborato, svilupperà un linguaggio più sofisticato rispetto a quello di un bambino che vive in un ambiente meno stimolante.

### **La creatività è produrre delle idee**

Non basta produrre delle idee originali per poi conservarle nel cassetto. Essere creativi non vuol dire soltanto pensare in modo creativo, ma agire in modo creativo, anche nelle piccole cose. Infatti il metodo creativo prevede cinque tappe di cui l'ultima è l'applicazione.

I nostri piccoli esploratori impareranno a non fermarsi davanti alle prime difficoltà e diventeranno dei conquistatori, pieni di forza e di volontà, per concretizzare le loro idee.

### **La creatività è solo per i geni, più si è intelligenti più si è creativi**

Ma quale tipo di intelligenza? Tendiamo a identificare e a ridurre l'intelligenza alla pura logica aristotelica, arricchita da un pre-definito bagaglio culturale, ma sappiamo che ci sono vari tipi di intelligenze. Essere creativo significa sapersi muovere creando ponti tra vari tipi di logica e tra vari elementi di saperi. Quindi incoraggiare la creatività del bambino non è per farlo "diventare un genio", ma per portarlo a sviluppare e a realizzare le proprie potenzialità. Non è da poco!

### **La creatività è più per i giovani che per i vecchi**

La migliore definizione di creatività è: produrre delle idee nuove e utili assemblando degli elementi pre-esistenti. Ora più si hanno elementi immagazzinati nella nostra mente, maggiori saranno le probabilità di formare delle nuove associazioni, e un adulto possiede più informazioni. Di contro, nei giovani può manifestarsi un certo tipo di spontaneità, soprattutto nel fare domande che gli adulti non si permetterebbero. La ricchezza dell'energia dei giovani unita alle conoscenze e esperienze degli adulti può portare a delle vere e proprie rivoluzioni.

Viva la forza della diversità nel gruppo!

### **La creatività vuol dire essere liberi e senza regole**

Nell'opinione comune il gioco è associato al mero divertimento e alla futilità, eppure il gioco è un'attività cognitiva a pieno titolo. Così come ogni gioco ha le sue regole, l'applicazione delle tecniche creative e del metodo creativo è rigorosa. In ogni sessione creativa devono essere applicate le regole della ruota libera e ogni tappa del metodo deve necessariamente rispettare e tenere separate le due fasi, divergente e convergente.

### **La creatività non è per le persone serie**

“Siamo qui per imparare, non per giocare. Adesso facciamo le cose sul serio”.

Quante volte abbiamo sentito questa frase?

Eppure la creatività è un mezzo indispensabile per acquisire nuove competenze e misurarsi con il mondo circostante adattandosi alle diverse circostanze della vita.

### **La creatività è un atto solitario**

Normalmente siamo portati ad attribuire delle scoperte originali a una singola persona trascurando gli sforzi e l'impegno che hanno preceduto la loro realizzazione. Anche se l'idea originale può nascere da una singola mente, la stragrande maggioranza delle idee viene realizzata da più persone per concretizzare il progetto. Per esempio, Leonardo da Vinci e Michelangelo erano aiutati da capomastri e artigiani per realizzare le loro opere.

La quarta regola del brainstorming o “ruota libera”, che vedremo qui di seguito, parla di molteplicità sistematica, mettendo l'accento sul fatto che un'idea creativa è spesso realizzata dall'apporto di più persone che fanno parte di un gruppo di lavoro.



---

# Breve storia della creatività

Fino agli anni Cinquanta in Italia “creatività” era un termine poco usato al di fuori del mondo artistico. In una società relativamente stabile l’immaginazione era considerata come una facoltà minore e, in alcuni casi, persino come una deviazione. Dire che qualcuno aveva troppa immaginazione era un modo per squalificarlo e per escluderlo. Ancora oggi il tema della creatività è raramente presente nei manuali di studio nelle facoltà di psicologia e ancora meno utilizzata nella scuola dell’obbligo.

Purtroppo, sono state poste nel dimenticatoio le seguenti intuizioni di Cartesio: “La ragione non è nulla senza il soccorso dell’immaginazione [...] Trovo più verità nei poeti e negli artisti di quanta ne trovo negli scienziati”.

È nel mondo del business americano che si è sviluppato l’interesse per la creatività, suscitato dal bisogno di essere più efficaci rispetto alla concorrenza, ed è a partire dal 1933, quando si è usciti dalla grande crisi, che la GE (General Electric) ha sviluppato i primi corsi di *creative thinking* obbligatori per tutti i suoi ingegneri.

Già prima della seconda guerra mondiale, Alex Osborn, presidente dell’agenzia di pubblicità BBDO di New York, aveva