

Creatività, Pensiero divergente, Innovazione

L'éureka non sarebbe l'accendersi improvviso di un libero spirito ma il prodursi di qualcosa di inatteso e imprevedibile che origina da un terreno predisposto a quel risultato
Edoardo Boncinelli, *Come nascono le idee*

*Da quanto ho potuto capire, i seguenti presenteranno degli spettacoli teatrali: Mysterious Smith, Dunninger, Blackstone, Thurtson, Dante...
Alcuni di loro pensano che userò un sacco di donne nel mio prossimo spettacolo, così hanno cercato di battermi. Sono stati male informati. Il mio spettacolo, infatti, si concentrerà prevalentemente su Houdini.*
Houdini, 1925.

Gli illusionisti sono "costretti" a pensare in logica di stravolgimento della realtà, ad avere basse barriere associative, a fare del pensiero divergente un costante punto di riferimento.

Il loro è un "mondo" non di *prevedibilità* (tipico dei sistemi *complicati*) ma un *mondo di possibilità* (caratterizzante proprio la dimensione "soglia del caos" dei sistemi complessi): e questo *mondo* devono riuscire a trasmetterlo e dividerlo con il pubblico.

Tutto ciò richiede spiccate capacità creative.

I prestigiatori, infatti, hanno un duplice ordine di "problemi":

- "Costruire" il Personaggio, 'concepire' il senso del magico che intendono trasmettere, le reason why di fondo (problem setting),
- Dare attuazione, realizzare – con soluzioni ad hoc – la loro 'creazione' (problem solving).

Il **Modello Management by Magic** (in particolare, il suo Livello 1) ha così definito un set articolato di tecniche, strumenti e formazione (anche di tipo esperienziale), utili per 'risvegliare' e allenare il pensiero creativo, poggiando proprio sull'accostamento con il mondo degli illusionisti.

Una breve rassegna di questi approcci è di seguito riportata:

- ▶ **Sviluppare** correttamente **la conoscenza del proprio campo** per massimizzare il processo creativo
- ▶ **Creatività "push"** e **Creatività "pull"** (ossia "provocare il processo creativo" o "saperlo capitalizzare quando irrompe la scintilla")
- ▶ Allenarsi al **pensiero divergente**, contrapposto a quello convergente; **ridurre le barriere associative**.
- ▶ Allenare le capacità **Problem Setting**, non solo quelle Problem Solving: si tratta di due piani diversi, da

non confondere assolutamente

- ▶ Massimizzare la fase "**apertura**" e ottimizzare la fase "**chiusura**" del processo
 "cosa siamo -> cosa potremmo essere -> cosa dovremmo essere" (Normann)



- ▶ Utilizzare il complesso di "tecniche per la creatività" di MbM, noto come **Tredici carte del grande Slam della creatività**
 - *Asso di cuori*: Dalla platea ... e altrove
 - *Due di cuori*: Contaminarsi
 - *Tre di cuori*: Vincoli creativi
 - *Quattro di cuori*: "Tutto è pronto, se la mente è pronta". E anche il cuore
 - *Cinque di cuori*: Da "i 5 perché" a "i tre e se...?" - Stravolgere le prospettive
 - *Sei di cuori*: *When found make a note of*
 - *Sette di cuori*: Unicità
 - *Otto di cuori*: K.i.s.s. - Keep it simple, stupid!
 - *Nove di cuori*: Visione sistemica e focalizzazione
 - *Dieci di cuori*: Mentoring e genio
 - *Jack di cuori*: Le caratteristiche personali
 - *Donna di cuori*: Ambiente
 - *Kappa di cuori*: Passione
- ▶ **I 10 steps del percorso creativo**
 - Primo: Conoscenza del campo
 - Secondo: Volo libero – cosa potremmo essere
 - Terzo: Sedimentazione creativa
 - Quarto: Two days Kaizen
 - Quinto: Sedimentazione operativa
 - Sesto: Cura dei dettagli
 - Settimo: Validazione
 - Ottavo: Back to Two and Four

- Nonno: buona la prima?
- Decimo: Supportare il processo creativo

► **Dalla Creatività, all’Innovazione, al Valore:**

mettere a frutto e rendere efficace la forza creativa. Le tre fasi del processo “apertura-chiusura” per la creatività

La condizione fondamentale per ottenere risultati di rilievo è impostare la propria vita (individui, Organizzazioni, ecc.) nel **Magic Point**, ossia nell’intersezione di soglie del caos di campi diversi (per approfondimenti si può vedere la pagina **I capisaldi del Management by Magic**).

E’ per tale ragione che il Livello 1 del Management by Magic è rivolto sia alle Organizzazioni, sia a singole persone, creativi, ecc.

Avvicinarsi ai processi mentali degli illusionisti può rivelarsi determinante per sviluppare la predisposizione alla creatività, al problem setting, all’innovazione.

Un esempio eccelso in tal senso è rappresentato dalla figura di **Houdini**:

egli è considerato il più grande mago di ogni tempo, ma quali sono i fattori che hanno determinato questa affermazione? Cosa ha portato Houdini a innovare in maniera così radicale il suo settore, a costruire un autentico Oceano Blu in cui anziché combattere con la concorrenza l’ha aggirata?

Management by Magic propone un viaggio affascinante nello studio di questo personaggio, analizzandolo da una prospettiva completamente nuova e sorprendente: in tal modo egli diventa un riferimento illuminante non solo per gli illusionisti ma anche per le Organizzazioni e gli innovatori.

Il volume “**Management by Magic**” sviluppa in maniera approfondita questi temi che, nel libro stesso, costituiscono uno dei riferimenti basilari.