



INTELLIGENZE CREATIVE

*Workshop sul pensiero creativo
e problem solving*

Versione 2022

01

LA DOMANDA

Nella vita è più utile essere intelligenti o creativi?

Tra le teorie, gli esperimenti e le statistiche sul pensiero creativo degli ultimi 50 anni, da quando lo psicologo statunitense **Ellis Paul Torrance** realizzò il **Torrance Tests of Creative Thinking** (TTCT) per misurare la creatività, non si è giunti ad una risposta condivisa e attendibile.

Tuttavia, c'è un punto su cui tutti gli scienziati concordano: il **pensiero creativo** al pari del **pensiero logico** è una **capacità innata** nell'essere umano. Quindi, presente in tutti noi.

Inoltre, queste capacità sono di natura **incrementale**: possiamo svilupparle durante tutto l'arco della vita.

**L'intelligenza cerca risposte corrette.
La creatività risposte nuove.**

G. Fipaldini

02

A CHI SI RIVOLGE?

A quelle persone che affrontano cambiamenti, problemi e opportunità.

Un cambiamento spesso è vissuto come un problema.

Per trasformarlo in opportunità è necessario attivare un **comportamento creativo**.

In un'azienda occuparsi della **soluzione dei problemi**, dalla produzione al marketing, fino alle risorse umane, significa stimolare un **pensiero creativo**.

Il workshop **Intelligenze creative** è uno strumento di **problem solving** e **sviluppo personale**, rivolto alle persone di tutte le età con modalità flessibili e personalizzabili.

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

L.J. Wittgenstein

03

GLI OBIETTIVI

Conoscere i processi dell'intelligenza creativa e sviluppare una consapevolezza delle proprie potenzialità.

Lo psicologo **Howard Gardner** ha teorizzato l'intelligenze multiple:

1. linguistico-verbale
2. logico matematica
3. visuo-spaziale
4. intrapersonale
5. interpersonale
6. corporeo-cinestetica
7. musicale
8. naturalista

Successivamente le ha declinate nelle **intelligenze creative** definendo la **fisiologia della creatività** attraverso lo studio delle vite di S. Freud, A. Einstein, P. Picasso, I.F. Stravinskij, T.S. Eliot, M. Gandhi e M. Graham.



04

IL MODELLO A.C.R.

Come misurare e potenziare la creatività

Gli esercizi del workshop sono realizzati sulle basi scientifiche del **Modello A.C.R.** del Professore di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano **Alessandro Antonietti**.

Il modello A.C.R. sulla misurazione e potenziamento della creatività, nasce nel **2011** con l'obiettivo di **riassumere tutte le precedenti teorie**, estraendone una sintesi efficace, **declinata in test ed esercizi**.

Apprendere i processi del pensiero creativo e sviluppare le risorse individuali permetterà di **rendere un pensiero creativo l'equivalente di un pensiero produttivo**.

**La creatività...
è la cosa più pratica che un uomo d'affari possa usare.**

B. Bernbach

05

IL MODELLO A.C.R.

Come misurare e potenziare la creatività

La creatività come il risultato di tre variabili:

AMPLIARE: capacità di andare oltre la prima impressione che si ha di uno stimolo, oltre agli automatismi di pensiero che nascono dalla propria mente e di riuscire ad allargare il proprio punto di vista.

COLLEGARE: capacità di riuscire a fare associazioni tra concetti tra loro diversi e lontani e di creare qualcosa di nuovo grazie a questo collegamento.

RIORGANIZZARE: capacità di capovolgere e modificare il proprio punto di vista riuscendo ad adattarlo a una situazione nuova e inaspettata.

Tale modello ha permesso la realizzazione del **test** A.C.R.

Il test è un **reattivo mentale** utilizzato per **l'assessment della creatività**, validato grazie ad una somministrazione su oltre **4.000 soggetti**.

In uno studio sperimentale su 345 soggetti abbiamo riscontrato un aumento dei livelli di creatività del 29%

A. Antonietti

06

IL FORMAT

Experiential learning: dai casi concreti alla scienza applicata.

Il corso è progettato sui processi di **apprendimento esperienziale** (experiential learning) integrato con strumenti didattici digitali per una formazione più efficace e persistente.

1. Esperienza concreta
Cosa è accaduto?
2. Osservazione riflessiva
Cosa è stato sperimentato
3. Concettualizzazione astratta
Perché è accaduto
4. Sperimentazione attiva
Cosa fare la prossima volta



07

IL PROGRAMMA

Quattro moduli con assessment finale

1. Introduzione

Introduzione al workshop
Introduzione al concetto e valore della Creatività
Introduzione alla mente e struttura del cervello
Introduzione al Modello A.C.R.

2. Ampliare

Descrizione dei casi studio
Analisi dei casi studio
Attività di potenziamento
Restituzione attività

3. Collegare

Descrizione dei casi studio
Analisi dei casi studio
Attività di potenziamento
Restituzione attività

4. Riorganizzare

Descrizione dei casi studio
Analisi dei casi studio
Attività di potenziamento
Restituzione attività

**Somministrazione Test A.C.R.
Valutazione ex-post**

Materiali: keynote e report di valutazione del workshop in formato pdf.

08 | I DOCENTI



Alessandro Antonietti

È professore di psicologia presso l'Università Cattolica di Milano, ove dirige il Centro di Ricerca per l'Orientamento e lo Sviluppo Socio-professionale (CROSS). Studia i processi cognitivi, con particolare attenzione all'apprendimento, il problem solving e la creatività. Ha messo a punto test per la valutazione delle potenzialità personali e training per lo sviluppo delle life skills.



Giorgio Fipaldini

Autore, consulente e formatore in ambito culturale, è stato ideatore e fondatore di OPEN *more than books*, prima libreria con coworking, producendo oltre 500 eventi. Speaker in Università Cattolica al Master di Progettare Cultura. Autore del libro *Degustazioni d'Arte e Creo dunque sono*.



Creative projects *for curious people*

Grazie

Alessandra Zanus Fortes

contact@tapook.com
www.degustazionidarte.it

Tapook Srl
Corso Plebisciti 10
20129 Milano