



Il nuovo libro di Stefano Bartezzaghi ridefinisce l'idea di invenzione ai tempi degli smartphone e dei social network

GENIO di MASSA

COSÌ A COLPIDI TWEET LA CREATIVITÀ È DIVENTATA DI TUTTI

MAURIZIO FERRARIS

Il Romanticismo è l'epoca del genio solitario, ma il Postmoderno è l'epoca della creatività, ossia del genio di massa. Agiusto titolo in *Il falò delle novità. La creatività al tempo dei cellulari intelligenti* (Utet) Stefano Bartezzaghi fa iniziare il nuovo evo negli anni Sessanta, ricordando sintomaticamente come il libro dello psicologo Joseph Rossman uscito nel 1931 con il titolo *The Psychology of the Inventor* venisse ripubblicato nel 1964 come *Industrial Creativity*. È in quest'epoca che la creatività entra nella categoria, consacrata da Barthes, dei miti d'oggi, ossia delle divinità mondane che popolano una società che si crede secolarizzata, e non lo è. Basti notare che, come ogni religione, la creatività ha i suoi martiri: non si è mai visto nessuno che chiedesse, per esempio, un lavoro "più banale", tutti lo vogliono ovviamente più creativo, anche se spesso dietro alla creatività si nascondono le insidie di lavori non tutelati e precari.

Di fronte al mito la scelta metodologica di Bartezzaghi è ineccepibile. Invece di chiedere ai sacerdoti nel tempio (ammesso che possa esistere un qualche sa-

Se il Romanticismo era l'epoca del talento solitario, il Postmoderno è l'era dell'ingegnosità allargata a tanti

cerdote della creatività) si tratta di interrogare i credenti, i mitomani, ossia i portatori di questa «cospicua e ubiqua mitologia, in cui si raccoglie quanto serve agli uomini contemporanei per riscattarsi dalla loro, o meglio nostra, banalità». Il nocciolo dell'opera è dunque costituito dall'analisi della *doxa*, documentata da un corpus di circa duecento definizioni della creatività fornite su Twitter in preparazione del festival della mente di Sarzana del 2012, poi sottoposte da Bartezzaghi a uno scrutinio sistematico in un corso universitario. Nella sua sobrietà tassonomica, che riporta agli anni dello strutturalismo, il metodo è tuttavia animato da un paradosso: ciò che l'indagine è chiamata a fare emergere non è l'o-



IL LIBRO
Il falò delle novità di Stefano Bartezzaghi (Utet pagg. 237 euro 12)

Le definizioni



IMMANUEL KANT
Per il filosofo del Settecento il genio riesce a mediare tra la natura e l'arte



FRIEDRICH NIETZSCHE
In *Così parlò Zarathustra* scrive che "L'uomo è una corda tesa tra la bestia e il superuomo"



ROLAND BARTHES
Nel XX secolo consacra la creatività come uno dei miti di oggi, ossia una divinità mondana



riginale, ma il banale, il non creativo. Così, la classificazione delle nostre credenze sulla creatività ci fornisce quello che Barthes avrebbe definito "l'ovvio e l'ottuso".

Il genere sommo sotto cui viene rappresentato il mito della creatività è, come è facile da immaginarsi, quello dell'ineffabile, tra cui spicca una definizione da pura teologia negativa: «in quanto infinita, definirla è un controsenso». Eppure questo Dio nascosto lo si riconosce al primo sguardo: «è facile riconoscerla quando la incontri». E di qui all'ossimoro il passo è breve: «Creatività è un'immaginazione pratica, una fantasia concreta, tecnica libera, pensiero che non si accorge di sé» (che riecheggia la serqua di ossimori della preghiera alla Vergine nel canto trentatreesimo del *Paradiso*: «Vergine Madre, figlia del tuo figlio, umile e alta» ecc.).

La teologia si svolge del tutto naturalmente in una cosmologia, vedendo nella creatività il nocciolo del rapporto tra uomo e mondo. Dopodutto, il genio era

per Kant il medio tra natura e arte, e poi per i romantici sarà la mediazione tra finito e infinito. Abbiamo dunque la creatività come «un'implosione che non offre scampo» (ci auguriamo, al creativo soltanto) ma anche come «continuità dell'armonia», e soprattutto – a conferma dell'ipotesi dell'incontro tra uomo e natura nel genio – «Creatività è trarre idee e ispirazione da ogni manifestazione dell'universo», che è un tweet che avrebbe potuto scrivere Novalis.

Alla linea genial-romantica si ricollegano le «Definizioni infantiliste», perché appunto il bambino è più vicino alla natura, all'origine, alla semplicità e all'inconscio, così come la classe della «Creatività come sguardo sul mondo, passività e contemplazione» e quella della «Creatività come presupposto dell'espressione», in cui campeggiano «Creatività è non porre filtri e resistenze a ciò che la natura esprime attraverso di noi» e «La creatività è il filtro fotografico che svela le qualità dell'Assoluto» (questo tweet, a parte il «filtro fotografico», avrebbe po-

tuto invece scriverlo Schelling). E ovviamente ancora romantiche, tra lo Sturm und Drang e il futurismo, sono le definizioni della creatività come irrazionalità o superamento di limiti che si appellano a «Libertà Leggerezza Coraggio e Follia!» e a «gesti imprudenti e nuovi». Nietzsche faceva dire al suo Zarathustra, «L'uomo è una corda tesa tra la bestia e il superuomo, una corda sull'abisso», e l'anonimo di Twitter risponde con un «Creatività è riconoscere talenti e limiti, emozioni e follia che nascono in noi, e non averne paura!» o ancora, del tutto nietzschianamente, «Creatività è trovare un'altra scusa per questo mondo».

Quante parole, sia pure in porzioni di 140 battute o meno, per esprimere il vero movente del mito, la fuga dalla noia, la rottura della routine, in forma titanica («Creatività è alzarsi la mattina e vivere una nuova avventura nella routine di tutti i giorni») o ermeneutica («Interpretare in modo originale la realtà»). La morale è molto semplice: l'aspirazione alla creatività è la cosa più comune, dunque meno creativa, del mondo. E a mio pare-

L'asta a New York

UN COLLEZIONISTA ITALIANO SI AGGIUDICA LA TELA DI BARNETT NEWMAN DA RECORD

NEW YORK — È un collezionista italiano che si è aggiudicato l'opera più costosa dell'asta di arte contemporanea organizzata martedì sera da Sotheby's a New York. Il dipinto più caro si è rivelato la grande tela dell'artista americano Barnett Newman (1905-1970), dal titolo *Onement VI*, che è stata aggiudicata per 43.845.000 milioni di dollari. Realizzata nel 1953, si presenta come un enorme quadrato blu tagliato a metà da una riga bianca longitudinale ed è considerato uno dei risultati più importanti dell'espressionismo astratto. *Onement VI* è stato al centro di un'accesa gara al rialzo tra sei compratori. Alla fine ad avere la meglio è stato un misterioso acquirente italiano, collegato con il telefono alla sala d'asta. Il collezionista ha pagato la tela di Newman 22,4 milioni di dollari in più rispetto al precedente record stabilito solo un anno fa. La serata di Sotheby's ha segnato un altro primato: quello di Gerhard Richter. La sua *Domplatz, Mailand* è stata battuta all'asta per 37.125.000 dollari. Il pittore tedesco ha stabilito così un nuovo record per un artista vivente. La monumentale tela che raffigura Piazza Duomo a Milano è un capolavoro del 1968, il culmine del canone della *photo-painting* celebrata negli anni Sessanta.

Quante parole, sia pure in 140 battute o meno, per esprimere il vero movente del mito: la fuga dalla noia

re la palma della creatività va assegnata all'unico (il che è già indizio di creatività) esemplare della classe «Definizioni polemiche»: «Creare creare creare preferisco il rumore del pensare». Definizione che è doppiamente polemica e doppiamente poetica (solo un po' rovinata dall'appello all'enfasi rumorosa del pensiero) perché dice una cosa vera – cioè inchioda la retorica della creatività – e lo fa senza pretendere di essere creativa, perché è in effetti l'aperta rielaborazione di due versi di Dino Campana («Fabbricare, fabbricare, fabbricare preferisco il rumore del mare») o della loro ripresa da parte di Ugo Nespola («Lavorare, lavorare, lavorare preferisco il rumore del mare»).