

Italia e Creatività

I killer della creatività: gerarchia, stress e abitudine

I giovani, gli under 34 anni, appaiono più frenati, più colpiti da una società che non dà spazi, che genera insicurezza e incertezza. Le donne, rispetto agli uomini, sono il segmento più colpito dai killer, frenate dal bisogno di fare sempre un doppio salto mortale per dimostrare le proprie capacità e colpite dalla gerarchia (spesso maschile)

Quali sono, secondo l'opinione degli italiani, i fattori che limitano e frenano la creatività nel nostro Paese?

La maggioranza degli intervistati non nutre dubbi: la **gerarchia** è il principale killer (39%), seguito a ruota dallo **stress temporale**, dall'essere obbligati a fare le cose in fretta, senza aver tempo di pensare e far decantare le cose e le idee (35%).

È quanto è stato rilevato da una indagine di SWG, per conto della Camera di Commercio di Roma. Il progetto, denominato "padri analogici e figli digitali", ha scandagliato le opinioni di 4000 italiani di età compresa tra i 18 e 55 anni, analizzando i loro atteggiamenti di fronte al tema della creatività.

Oltre alla gerarchia, altri fattori omicidi (per la creatività) sono l'**abitudine** e l'utilizzo di **schemi** diffusi. Da un lato, quindi, la tendenza a non fare sforzi e ad adagiarsi su quanto già fatto e, dall'altro lato, la pressione a fare le cose che hanno già funzionato, senza mai provare a cambiare.

Un ruolo frenante lo giocano anche altri due fattori: la **scarsa motivazione**, ovvero la tendenza tutta italiana a non premiare le persone, a non riconoscere i meriti e, infine, **la paura di sbagliare** (vedi [tavola 1](#)).

Le cavezze della creatività, nel nostro Paese, sono pertanto generate dal comportamento delle persone, specie dai superiori, da chi detiene, a vario titolo, il potere (economico, aziendale, sociale e politico).

A esso si lega, specie nell'universo produttivo e formativo, la **scarsa attenzione al clima interno, all'ambient** di lavoro o di studio.

Non solo. La ricerca riconduce in luce, se mai ce ne fosse stato bisogno, anche quanto pesi, tra i freni alla creatività, il clientelismo e il baronismo, specie per la sua attitudine a non riconoscere e premiare i meriti.

Certo, a rallentare le spinte creative concorrono anche fattori individuali, di approccio personale. Ed è chiaro che, in Italia, non tutte le colpe stanno solo in alto, poiché la routinarietà e la filosofia del minor sforzo, contribuiscono non poco a mantenere il quadro stagnante e a bloccare e rallentare le utili e sane spinte innovative dal basso.

Oltre a questi fattori, ci sono altri elementi individuali che agiscono da cavezza alla creatività e che possiamo rubricare sotto il titolo del "**trittico delle paure**": il timore di sbagliare, il timore di essere mal giudicati, il timore di non essere capaci. Elementi che richiamano con forza

l'importanza di un *ambient* aperto e tollerante e dell'assoluta e strategica valenza dei percorsi formativi.

L'analisi dell'incidenza dei killer nei diversi segmenti sociali porta alla luce almeno due fenomeni eclatanti: uno riguarda l'universo femminile e l'altro quello giovanile.

Le donne sono le più colpite dai killer

Per quanto riguarda il primo aspetto, i risultati tratteggiano un quadro di genere molto differenziato, in cui le donne appaiono complessivamente più frenate degli uomini nell'espressione della propria creatività.

La natura dei killer su cui si rileva la maggiore divaricazione tra i due sessi ci aiuta ad individuare l'origine, il perché di tale fenomeno. [\(vedi tavola 2\)](#)

Le donne, in ultima analisi, appaiono soprattutto più spaventate ed insicure: quasi una su due teme spesso le conseguenze di eventuali errori, circa 4 su 10 hanno paura di esporsi e di essere malgiudicate, affermano di sentirsi costantemente osservate e controllate, dubitano delle proprie capacità di riuscita; tutti aspetti su cui le percentuali di riconoscimento maschile oscillano tra il 34 e il 28%.

Insomma, il potenziale creativo femminile appare frenato nella sua piena e libera espressione da un contesto che tuttora genera nelle donne una maggiore "ansia da prestazione". Un contesto che delle pari opportunità ha più la forma che i contenuti, visto che nel percepito femminile i pesi e le misure con cui viene valutato l'operato dei due sessi permangono diversi.

In un contesto in cui le donne si sentono più osservate e giudicate e, soprattutto, meno autorizzate a sbagliare, è più difficile trovare il coraggio di esporsi, di "osare", di rischiare. Anzi, si finisce per avvertire con maggiore intensità anche il peso dello stress e della gerarchia ed è più facile cercare riparo nell'abitudine, in ciò che si sa già fare bene. Per converso, ad essere costantemente messa a rischio, minata alle radici, è la fiducia in se stesse e nelle proprie capacità di riuscita.

I giovani con il freno a mano tirato

Per chi, in un'indagine sulla creatività, si aspettasse di trovare una poll position generazionale con i giovani in testa e gli italiani maturi a chiudere le fila, i risultati della ricerca saranno una doccia fredda. Le distanze generazionali ci sono ma si rovesciano, delineando un quadro in cui – per ragioni almeno in parte comprensibili: i 18-24enni scendono timidamente in pista con il freno a mano tirato, i 25-34enni partono fiacchi e scoraggiati, i 35-44enni provano a dare gas ma sembrano costantemente richiamati alla prudenza dalle scuderie, mentre i 45-54enni si rivelano - nei fatti - i più liberi, sicuri e adatti alla corsa. [\(vedi tavola 3\)](#)

In termini macroscopici, il cambiamento più evidente nel vissuto dei freni alla creatività pare collocarsi attorno ai 35 anni, a segnare il cambio di marcia connesso all'ingresso *nel mezzo del cammin di nostra vita*, ovvero il diverso vissuto degli under e degli over35. In realtà si registrano differenze tra tutte le generazioni, distinzioni che vale la pena mettere in evidenza per poi ricostruire la fotografia d'insieme.

Iniziamo il percorso a ritroso, dalle generazioni più adulte e più simili tra loro, confrontando quelle dei 35-44enni e dei 45-54enni. Si tratta, come anticipato, delle fasce d'età meno frenate rispetto all'espressione della propria creatività.

Vi sono, tuttavia, quattro fronti su cui si rileva uno scarto notevole anche tra queste due generazioni:

1. il primo attiene alle regole imposte dalla gerarchia, che tra i 35-44enni è ancora

- intensamente avvertito (52% contro il 42% dei 45-54enni);
2. il secondo attiene allo stress provocato dalla pressione delle scadenze che si è tenuti a rispettare (45% vs 37%);
 3. il terzo riguarda la scarsa motivazione, ovvero l'idea che lo sforzo creativo, d'innovazione, non venga premiato (36% vs 25%);
 4. l'ultimo attiene invece alla sfera della fiducia nelle proprie capacità, messa in discussione dal 31% dei 35-44enni contro il 25% degli over45.

Se osserviamo quanto succede nelle fasce d'età comprese tra i 25-34 anni e i 35-44 anni, scopriamo che tra queste due generazioni si consuma una cesura importante. Unite dalla portata frenante **rivestita dalla gerarchia, dalla pressione, ma anche dall'abitudine**, appaiono invece vivere diversamente quasi tutti gli altri killer.

Gli scarti più significativi ruotano attorno a quattro killer da cui i 25-34enni appaiono decisamente più frenati:

1. la paura di sbagliare (47% vs 36%),
2. la sensazione di essere sotto osservazione (42% vs 31%),
3. il timore di essere giudicati (40% vs 30%),
4. il timore di non essere abbastanza capaci (38% vs 31%).

Si tratta, come si può facilmente osservare, di aspetti che rimandano 'tutti' alla sfera della sicurezza acquisita e della fiducia in se stessi, ovvero di fattori riconducibili alla minore esperienza sedimentata, ancora una volta relativamente fisiologici.

Vi sono, tuttavia, anche altri killer che alludono a un vissuto diverso e più frenato del target 25-34enne rispetto al precedente, che riguardano:

1. la pigrizia (39% vs 31% dei 35-44enni)
2. la tendenza a seguire idee e schemi diffusi (43% vs 37%),
3. la demotivazione (42% vs 36%).

Non vi è dunque solo un problema di maggiore insicurezza e di minor solidità, emerge anche una certa tendenza ad essere meno sfidanti e determinati, più pigri e seduti.

Da questo punto di vista, la fascia dei 25-34enni si pone esattamente a cavallo delle generazioni che la seguono e la precedono, poiché - seppur in maniera più smorzata - contiene in sé **quell'amalgama di insicurezza, demotivazione e pigrizia che vediamo esplodere dirompente tra i giovanissimi: la generazione più frenata.**

TAVOLA 1

I killer della creatività

Incidenza dei fattori più sentiti

L'Istituto ha ricostruito una variabile multipla dei fattori frenanti analizzando le risposte fornite dai singoli intervistati su ciascun fattore e selezionando per ognuno i killer dal peso più elevato.



TAVOLA 2

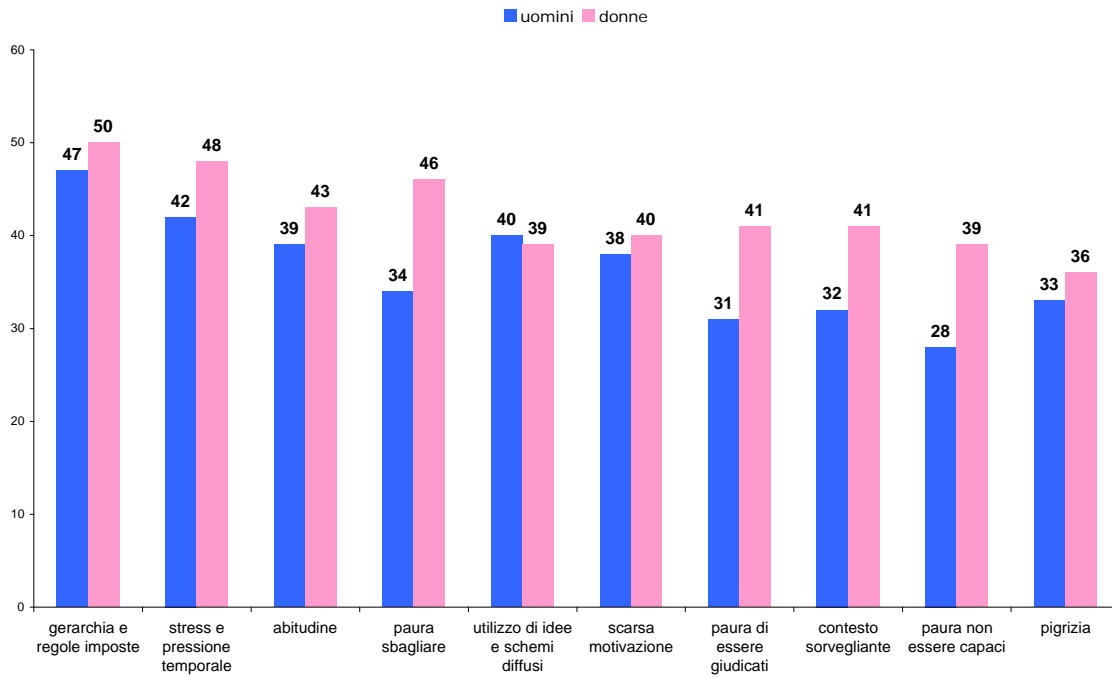
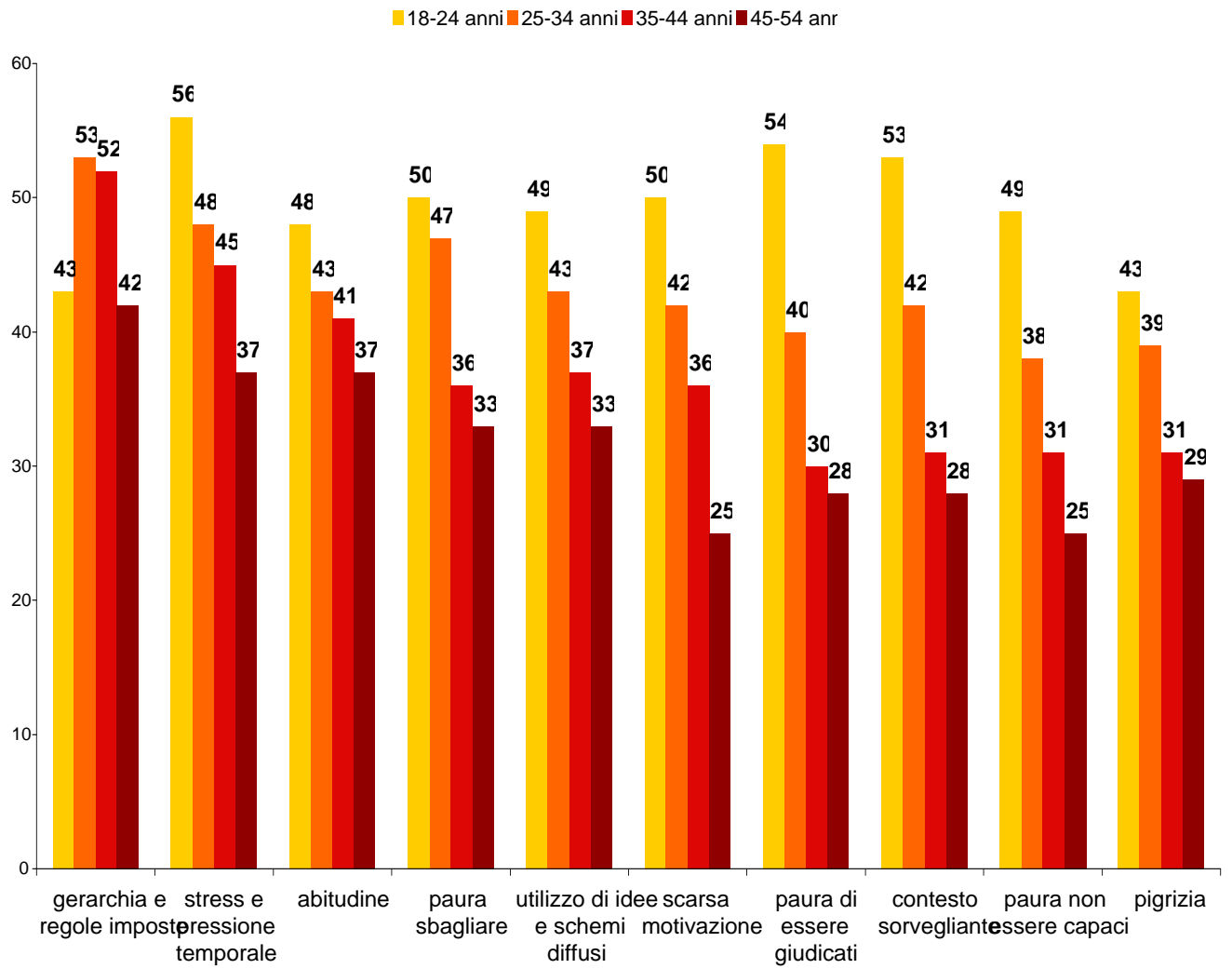


TAVOLA 3



I dati pubblicati in queste pagine sono parte di un' indagine, realizzata dalla SWG che rientra tra le iniziative di studio e ricerca promosse dalla Camera di Commercio di Roma, a mezzo della propria azienda speciale ASSET Camera.

© 2010 ASSET Camera
Via de' Burrò 147 - 00186 Roma
www.assetcamera.it

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento, totale o parziale, con qualsiasi mezzo sono riservati esclusivamente ad ASSET Camera.