

# ROMA CREATIVA



[VAI ALLA PAGINA PERSONALE](#)

# INTERVISTE

Dall'arte al cinema, dalle nuove tecnologie al teatro, dal design alla moda l'indagine sul sistema creativo del territorio con interviste e riflessioni degli esperti nel settore.

**ANDREA GRANELLI**

# La città, il territorio e la creatività: a colloquio con Andrea Granelli sul concetto poliedrico di creatività a partire dagli aforismi di illustri pensatori, da Einstein a Munari da Valéry a Picasso.

## La città, il territorio e la creatività Vuole tentare una definizione di creatività?

Sulle definizioni si sono esercitati fiumi di intellettuali, professori, consulenti e non penso di poter aggiungere valore. Il concetto è poliedrico e polimorfico e ogni definizione soffoca la creatività. Quello che posso fare è citarvi alcuni brucianti aforismi che colgono aspetti parziali ma a mio avviso autentici della creatività:

- “I problemi non possono essere risolti con la stessa cultura che li ha generati” (**Albert Einstein**).
- “Le mie idee sono le mie puttane ... lasciare questa per un'altra, fermarle tutte senza fermarsi con nessuna ...” (**Diderot**).
- “Quando il progettista è povero di idee spesso usa materiali molto preziosi” (**Bruno Munari**).
- “Il peggior nemico della creatività è il buon gusto” (**Pablo Picasso**).
- “Un poema non è mai finito, solo abbandonato” (**Paul Valéry**).
- “Il talento è un malessere liquido. Tutti abbiamo dei malesseri, ma generalmente rimangono solidi, statici e ingombranti. Negli artisti il malessere diventa liquido, si sposta in altre parti del cervello e inizia ad interagire con l'immaginazione” (**Sidney Pollack**).

## Quali sono gli elementi fondamentali che definiscono l'industria creativa nel settore delle nuove tecnologie?

La capacità e sensibilità di usare (o far usare) le nuove tecnologie in maniera nuova ma soprattutto utile e capace di dare senso all'utilizzo. Una (nuova) tecnologia non deve stupire ma tranquillizzare, deve creare complicità e intimità e non timore e sospetto, non deve essere sbattuta davanti all'utente ma deve essere nascosta e vegliare l'utente come un angelo custode...

**Quali sono i valori ‘altri’ che lei collega alla creatività?  
L’attività culturale, innovativa, ideativa fa bene a ‘cosa’ secondo lei?**

La creatività va unita alla responsabilità, a un pensiero “etico” che vuole produrre cose utili, cambiare il mondo in meglio, ridurre le disuguaglianze; di questi tempi non basta produrre cose “nuove” e “carine”.

**Nella provincia di Roma esiste una “classe creativa”?  
E, se sì, ha un profilo peculiare, una serie di caratteristiche che possiamo considerare uniche nel panorama romano?**

Certamente sì – anche se è poco nota e spesso si auto-rappresenta in maniera stereotipata (come un po’ tutte le “classi creative” della contemporaneità). Il vivere in una città d’arte, in una metropoli complessa, in un territorio dove il turismo culturale, l’industria audiovisiva, il software e le telecomunicazioni, l’aerospazio sono settori trainanti caratterizza i giovani creativi e li orienta verso specifici ambiti.

**Quali sono secondo lei gli indicatori più interessanti dello stato di ‘salute’ della creatività romana?**

La produzione di cose utili e il racconto del “tessuto creativo” come realtà esistente, sana, dinamica e soprattutto con la voglia di cambiare il mondo. Ciò è particolarmente importante in una città come Roma dove la fissità (legata alla presenza di capolavori dell’antichità tuttora presenti e “incombenti” ma anche di una classe politica e amministrativa particolarmente statica e poco visionaria – per non dire di peggio) è uno degli aspetti più fortemente legati all’identità della “città eterna”.

**A che cosa dovrebbero portare, (o hanno portato) gli investimenti fatti e da fare in campo creativo?**

A creare maggiore attenzione (politica e mediatica) sul tema e permettere a un po’ di giovani di sperimentare le proprie capacità e sensibilità.

**Esiste un caso estero o italiano di “trattamento” riservato alla classe creativa a cui dobbiamo guardare con successo?**

Non credo molto ai casi di successo trapiantabili ad altri contesti (soprattutto a quello italiano, noto in tutto il mondo per la sua specificità e refrattarietà ad accettare soluzioni “premasticate”). Ritengo che l’ideale sia fare in modo che

la classe creativa diventi un aspetto normale di una società sana e che guarda al futuro. Fintanto che si parla dei “diversi” e si impongono le “quote rosa”... .

**Esiste un’esperienza che considera esemplare per le sue competenze e capacità? Quale?**

Il caso che considero più interessante è certamente Torino – città simbolo della cultura industriale – che ha reagito alle lacerazioni derivanti dalla sua forzata de-industrializzazione e “de-Fiatizzazione” in maniera energica e diffusa. Si è sviluppato infatti un vero e proprio tessuto economico e sociale di tipo “post-industriale” (enogastronomia, turismo e beni culturale, arte contemporanea, design...) grazie non solo ad una politica sapiente guidata dall’alto (olimpiadi, musei di arte contemporanea, “Torino capitale mondiale del design”, leadership nelle innovazioni eno-gastronomiche...) che però si è alimentata da un molte iniziative giovanili “dal basso”.