

TIPOLOGIA B - REDAZIONE DI UN “SAGGIO BREVE” O DI UN “ARTICOLO DI GIORNALE”

(puoi scegliere uno degli argomenti relativi ai quattro ambiti proposti)

CONSEGNE

Sviluppa l'argomento scelto o in forma di «saggio breve» o di «articolo di giornale», interpretando e confrontando i documenti e i dati forniti.

Se scegli la forma del «saggio breve» argomenta la tua trattazione, anche con opportuni riferimenti alle tue conoscenze ed esperienze di studio.

Premetti al saggio un titolo coerente e, se vuoi, suddividilo in paragrafi.

Se scegli la forma dell'«articolo di giornale», indica il titolo dell'articolo e il tipo di giornale sul quale pensi che l'articolo debba essere pubblicato.

Per entrambe le forme di scrittura non superare cinque colonne di metà di foglio protocollo.

ARGOMENTO: 2009: anno della creatività e dell'innovazione.

DOCUMENTI

«Unione creativa. L'intenzione è chiara: sensibilizzare l'opinione pubblica, stimolare la ricerca ed il dibattito politico sull'importanza della creatività e della capacità di innovazione, quali competenze chiave per tutti in una società culturalmente diversificata e basata sulla conoscenza. [...] Tra i testimonial, il Nobel italiano per la medicina Rita Levi Montalcini e Karlheinz Brandenburg, l'ingegnere che ha rivoluzionato il mondo della musica contribuendo alla compressione audio del formato Mpeg Audio Layer 3, meglio noto come mp3.»

G. DE PAOLA, *L'Europa al servizio della conoscenza*, Nòva, 15 gennaio 2009

«La creatività è una dote umana che si palesa in molti ambiti e contesti, ad esempio nell'arte, nel design e nell'artigianato, nelle scoperte scientifiche e nell'imprenditorialità, anche sul piano sociale. Il carattere sfaccettato della creatività implica che la conoscenza in una vasta gamma di settori - sia tecnologici che non tecnologici - possa essere alla base della creatività e dell'innovazione. L'innovazione è la riuscita realizzazione di nuove idee; la creatività è la condizione *sine qua non* dell'innovazione. Nuovi prodotti, servizi e processi, o nuove strategie e organizzazioni presuppongono nuove idee e associazioni tra queste. Possedere competenze quali il pensiero creativo o la capacità proattiva di risolvere problemi è pertanto un prerequisito tanto nel campo socioeconomico quanto in quello artistico. Gli ambienti creativi e innovativi - le arti, da un lato, e la tecnologia e l'impresa, dall'altro - sono spesso alquanto distanziati. L'Anno europeo contribuirà in larga misura a collegare questi due mondi, dimostrando con esempi concreti l'importanza di equiparare i concetti di creatività e di innovazione anche in contesti diversi, quali la scuola, l'università, le organizzazioni pubbliche e private.»

Dalla "Proposta di decisione del Parlamento Europeo e del Consiglio relativa all'Anno europeo della creatività e dell'innovazione (2009)"

«Restituire senso alla parola "creatività". Non è creativo ciò che è strano, o trasgressivo o stravagante o diverso e basta. Gli italiani, specie i più giovani - ce lo dicono le ricerche - hanno idee piuttosto confuse in proposito. [...] Bisognerebbe restituire alla parola *creatività* la sua dimensione progettuale ed etica: creativa è la nuova, efficace soluzione di un problema. È la nuova visione che illumina fenomeni oscuri. È la scoperta che apre prospettive fertili. È l'intuizione felice dell'imprenditore che intercetta un bisogno o un'opportunità, o l'illuminazione dell'artista che racconta aspetti sconosciuti del mondo e di noi. In sostanza, creatività è il nuovo che produce qualcosa di buono per una comunità. E che, essendo tale, ci riempie di meraviglia e gratitudine. [...] Creatività è un atteggiamento mentale. Una maniera di osservare il mondo cogliendo dettagli rilevanti e facendosi domande non ovvie. Uno stile di pensiero che unisce capacità logiche e analogiche ed è orientato a capire, interpretare, produrre risultati positivi. In questa vocazione pragmatica e progettuale sta la differenza tra creatività, fantasia e fantasticheria da un lato, arte di arrangiarsi dall'altro.»

A. TESTA, *Sette suggestioni per il 2009*, www.nuovoeutile.it

«Essenziale è comprendere il ruolo che le due forme di conoscenza, le due facce della conoscenza “utile”, possono svolgere: la prima è la conoscenza sul “cosa”, la conoscenza di proposizioni sui fenomeni naturali e sulle regolarità; la seconda è la conoscenza sul “come”, la conoscenza prescrittiva, le tecniche. [...] Illudersi insomma che l’innovazione nasca in fabbrica è pericoloso. A una società che voglia davvero cogliere le opportunità dell’economia della conoscenza servono un sistema di ricerca diffuso e frequenti contatti tra il mondo accademico e scientifico e quello della produzione: “la conoscenza deve scorrere da quelli che sanno cose a quelli che fanno cose”.»

S. CARRUBBA, *Contro le lobby anti-innovazione*, in «Il Sole 24 ORE», 18 maggio 2003

«La capacità di fare grandi salti col pensiero è una dote comune a coloro che concepiscono per primi idee destinate al successo. Per solito questa dote si accompagna a una vasta cultura, mentalità multidisciplinare e a un ampio spettro di esperienze. Influenze familiari, modelli da imitare, viaggi e conoscenza di ambienti diversi sono elementi senza dubbio positivi, come lo sono i sistemi educativi e il modo in cui le diverse civiltà considerano la gioventù e la prospettiva futura. In quanto società, possiamo agire su alcuni di questi fattori; su altri, no. Il segreto per fare sì che questo flusso di grandi idee non si inaridisca consiste nell’accettare queste disordinate verità sull’origine delle idee e continuare a premiare l’innovazione e a lodare le tecnologie emergenti.»

N. NEGROPONTE, capo MIT, *Technology Review: Articoli*