

CREAFLASH numero 9

Settembre 2011

Editoriale

Si dovrebbe ingigire una multa a chi parla ancora di crisi e un'ancora più salata a chi osa parlare di ripresa. Con la fine dell'Impero sovietico abbiamo perso una ricca fonte di barzellette:

"quali sono i 4 mali dell'agricoltura russa? L'estate, l'autunno, l'inverno e la primavera."

Siamo entrati nella crisi negli anni 60 e la situazione si è aggravata grazie ai misfatti del "capitalismo di casinò".

Dobbiamo dunque, come l'ha scritto Jacques Attali, imparare a sopra-vivere alle crisi. Non ci sarà per tutti la stessa crisi; tutti invece possiamo creare la nostra "ripresa" personale, economica o no: Cosa ci vuole? Creatività! Il mio ultimo libro: Siamo tutti creativi.

Hubert Jaoui

Lancio della stagione 2011-2012

Grazie all'energia e alla dedizione del Comitato Direttivo (Gaetano, Giorgia e Isabella) Createca ha avuto in questa stagione una bella crescita, qualitativa e quantitativa.

La partecipazione al Festival della Creatività 2011 ha raggiunto dei bellissimi risultati. Gli animatori, tutti volontari, hanno ottenuto dei 'voti' massimi.

Il programma 2011-2012 sarà dunque particolarmente ambizioso:

Le **collaborazioni** con il mondo dell'educazione e dell'istruzione saranno sviluppate grazie - fra altri - a D. Troina, M. Stancati, A. Maurilli, P. Cannavò e I. Papadopoulos.

Le **attività** saranno diversificate in:

A. serate in plenaria

- al Caffè Freud (Roma)
- tecniche psicosociali e creative

B. delle giornate di *training intensivo* su varie discipline e tecniche di 1 o 2 gg

- di 1 o 2 giorni
- con modeste partecipazioni alle spese
- strumenti innovativi per lo sviluppo personale (a breve troverete il programma nel sito)

C. *Workshop tematici*

- sessioni alternate nelle case
- 6/8 partecipanti membri
- agenda autogestita
- conclusioni in maggio

D. delle serate o dei pomeriggi *ludico culturali*, con la partecipazione di Massimo Nunzi, Ivo Papadopoulos e altri.

- la **comunicazione** sarà sviluppata:

- tra i membri Createca
- con il mondo esterno, i media, le persone interessate / interessanti
- arricchendo il sito
- organizzando eventi (le vostre idee saranno le benvenute: scrivere i.dellaquila@gimca.net)

Palestra creativa

• Cercate delle metafore originali sui seguenti cinque temi riportati qui di seguito (potete sceglierne anche uno) :

- virtù, vizi capitali, crisi, lavoro, coppia

• Prendete nota delle cose che vi avranno stuzzicato in questi ultimi mesi: personaggi, paesaggi, oggetti, monumenti, letture, eventi...

CREAFLASH NUMERO 9

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:
WWW.CREATECA.IT



• Cercate delle idee, anche magiche, per sviluppare Createca in Italia e ... in Europa!

• Appuntatevi delle barzellette o degli aforismi creatogeni (es. *un imbecille che cammina andrà sempre più lontano di un intelligente seduto*)

Conclusione: compratevi un taccuino tascabile!

In occasione delle riunioni Createca vi verrà chiesto di tirare fuori i vostri taccuini...

Prossima serata tematica: il 5 ottobre

al caffè Freud di Leslie Leonelli

inventare nuove forme di protesta

Solo i morti non hanno problemi (e ancora: vedi il caso di Mike Bongiorno).

Il significato della parola *Problema* ha subito una deformazione semantica. Su radici latine aveva lo stesso significato della parola *Progetto* (da radici greche). Colui che non ha progetti illustra, tristemente, l'aforisma di Spinoza: " *c'è una grande differenza fra essere vivi e essere in vita*".

Nella serata del 5 ottobre vi saranno proposte delle tecniche creative per procedere a un censimento molto completo delle varie sfide che i "vivi" dovranno affrontare in un futuro prossimo non proprio roseo. Sfide di tutti i tipi, personali, collettive, ecc. ...

Il mercatino dei libri:

proponiamo a coloro che verranno alla serata del 5/10 di portare uno o più libri se desiderano scambiarli con quelli portati dagli altri.

CROWD FUNDING

Le piccole grandi idee italiane senza portafoglio possono essere sostenute grazie alla nuova piattaforma per il crowdfunding <http://www.eppela.com/>, ovvero la raccolta del capitale iniziale per dare vita a un progetto che il pubblico ritiene valga la pena veder decollare. I sostenitori possono versare da pochi euro (ne bastano due) fino a investimenti copiosi, e chi presenta la sua idea ha tempo un mese per raggiungere l'obiettivo che si era prefissato.

Per chi riuscirà nell'intento e arriverà a tempo a raccogliere la cifra di cui ha bisogno, o addirittura racimolerà maggior capitale, la strada è spianata. Riceverà da Eppela i soldi, a parte la trattenuta del 5 per cento che resta in mano al portale. Chi non riesce invece, potrà sempre riprovare. In questo caso le offerte verranno restituite ai donatori e l'ideatore del progetto avrà tutto il tempo per pensare a cosa non ha funzionato. Perché la raccolta di fondi è solo uno dei tasselli per la riuscita, che va accompagnata - oltre alla validità dell'idea stessa - alla promozione online e a una buona presentazione.

Il tema del Festival della creatività 2012:

LE DIMENSIONI DELL'AMORE

Sponsor Createca

C'è un vecchio detto francese:
"I denari sono il nervo della guerra, ma anche quello della pace ... e della creatività."
Createca è povera e accoglierà volentieri contributi di tutti i tipi, suggerimenti e idee su potenziali sponsor.
Contattare: i.dellaquila@gimca.net

CREAFLASH NUMERO 9

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:
WWW.CREATECA.IT

