

IN LIBRERIA

Quel fantasma che si chiama creatività

IL FALÒ DELLE NOVITÀ
di **Stefano Bartezzaghi**,
Utet 2013, pp. 237,
12 euro; ebook 3,99 euro



C'è bisogno di creatività anche solo per definire il concetto di creatività. Ludologo e semiologo, autore di brillanti e disorientanti saggi letterari, tra cui (particolarmente bello) *Scrittori e giocatori*, Einaudi 2010, Stefano Bartezzaghi ragiona intorno alla retorica e al mito della creatività, una parola-medaglia che oggi si assegna a tutti, senza avarizia, e che ormai allude, più che alla cosa, al suo fantasma. Gli artisti creativi, invece, metti «Giorgio Morandi oppure Carmelo Bene», scrive Bartezzaghi, «non erano preoccupati della propria "creatività"; avevano da lavorare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Di Giacomo Saporiti **Saggistica** / di Carlo Carlini

Se nemmeno il Gattopardo spiega l'Italia
il libro suona monoteo. Aiudagato il suo libro diventa
un film. Che finisce nel tentativo di far luce sui nostri difetti

Come se non bastasse, il libro di Stefano Bartezzaghi, *Il Falò delle Novità*, Utet, 2013, 12 euro, è un saggio che si presenta come un'indagine sulla creatività. Ma è anche un'indagine sulla retorica e sul mito della creatività. Bartezzaghi, che è un semiologo e un ludologo, ragiona intorno alla retorica e al mito della creatività, una parola-medaglia che oggi si assegna a tutti, senza avarizia, e che ormai allude, più che alla cosa, al suo fantasma. Gli artisti creativi, invece, metti «Giorgio Morandi oppure Carmelo Bene», scrive Bartezzaghi, «non erano preoccupati della propria "creatività"; avevano da lavorare».



Il libro di Stefano Bartezzaghi, *Il Falò delle Novità*, Utet, 2013, 12 euro, è un saggio che si presenta come un'indagine sulla creatività. Ma è anche un'indagine sulla retorica e sul mito della creatività. Bartezzaghi, che è un semiologo e un ludologo, ragiona intorno alla retorica e al mito della creatività, una parola-medaglia che oggi si assegna a tutti, senza avarizia, e che ormai allude, più che alla cosa, al suo fantasma. Gli artisti creativi, invece, metti «Giorgio Morandi oppure Carmelo Bene», scrive Bartezzaghi, «non erano preoccupati della propria "creatività"; avevano da lavorare».

