

DIONIGI MATTIA GAGLIARDI, GIULIA TORROMINO
APPUNTI SUL CONCETTO DI CREATIVITÀ TRA METODO E ISPIRAZIONE

Abstract

Da molti secoli la creatività è stata oggetto di indagini di intellettuali, filosofi e scienziati. Da Platone ai giorni nostri lo studio della creatività ha generato diverse ipotesi, arricchendo notevolmente la letteratura sull'argomento. Tuttavia ancora oggi, a molti risulta difficile dare una definizione chiara e definita del termine creatività e le domande sull'argomento potrebbero essere tante: siamo tutti creativi allo stesso modo? È uno stato in cui ci si trova solo in alcuni momenti, e in cui si possono trovare solo alcune persone? L'atteggiamento creativo deve essere supportato da un metodo oppure è uno stato in cui ci si trova per cause innate? Può essere definito dai suoi prodotti (ad esempio nel campo delle arti)? Esiste un modo per diventare creativi? In questo articolo cercheremo di rispondere a queste domande tracciando una linea nella direzione della scienza evolutiva.

1. Premessa storica

Il tema della creatività ha attratto intellettuali, filosofi, scienziati fin dall'antichità. Il concetto di creatività ha subito nei secoli tante modifiche, migliorando e accrescendo le conoscenze a riguardo, anche grazie alla sempre maggiore specializzazione delle scienze. Tutto questo però non è servito ad arrivare ad una sua definizione univoca. Ancora oggi c'è chi illustra il problema della creatività come qualcosa di inspiegabile. Fino al I Secolo a. C. veniva usato il concetto di "genio", associato a forze spirituali (il "Daimon" greco), misteriose e oscure da cui hanno origine qualità, attitudini particolari e fortuna.

Platone descriveva i poeti come soggetti sotto influenza di pazzia divina capace di portarli fuori dai propri sensi.

All'epoca di Aristotele, invece, la creatività veniva associata alla follia dell'ispirazione, concetto ripreso più avanti nel Medioevo, ma il filosofo e scienziato macedone aveva intuito che le idee creative fossero il risultato di una sorta di processo mentale che metteva in moto, per associazioni, le conoscenze dell'individuo.

Nell'epoca romana si pensava che la creatività fosse una prerogativa maschile riservata agli uomini d'alto lignaggio, e che il parto, evento fortemente creativo e biologicamente esclusivo della donna, fosse un'unica eccezione.

Nel I Secolo a. C. il Cristianesimo riconobbe all'uomo la capacità di creare, ma solo sotto l'influenza divina. Sant'Agostino si scostò da questa visione, rifiutando l'idea che la creatività venisse esclusivamente da Dio, e nel suo libro "De Civitate Dei" esprime la sua convinta posizione sulla forza creativa degli uomini.

Nella cultura medioevale il soggetto creativo ritorna ad essere definito "canale" della forza divina creatrice.

Le cose cambieranno decisamente nel Rinascimento, quando la creatività verrà di nuovo attribuita all'individuo: era considerato "genio" chi utilizzava la propria esperienza e la propria capacità di valutazione per la risoluzione di un problema o per la creazione di nuovi prodotti.

Lo "Sturm und Drang", importante movimento culturale tedesco della seconda metà del '700, associò la creatività alla parte irrazionale della psiche, immaginando che le pulsioni potessero scoprire mondi più profondi rispetto alla parte razionale dell'individuo.

Alla fine dell'800 si inizia ad estendere il concetto agli scienziati, ma continuerà ad esistere l'associazione con la malattia mentale e la follia. Cesare Lombroso nel suo "Genio e Follia" associa il genio, il criminale e il folle sotto il comune denominare dell'eccessività. Questa devianza avrebbe nelle tre personalità creative modalità diverse: nel genio adattative, nel folle disadattative e nel criminale anti-sociali. Secondo Lombroso avrebbe carattere ereditario, spiegando così i numerosi casi in cui nelle stesse famiglie si ripresentano personalità creative o bizzarre nei comportamenti (Frigessi et al., 1995).

Con l'avvento della ricerca scientifica la creatività è stata presentata come frutto di caratteristiche psicologiche specifiche, abbandonando così l'ormai obsoleta linea ispirazionista.

Negli anni cinquanta del novecento l'attenzione si sposta dalla valutazione della salute mentale a quella del potenziale creativo degli individui.

Il termine creatività ancora oggi ha in quasi tutte le lingue del mondo un'ampia interpretabilità, e nella maggior parte dei casi indica una qualsiasi forma di casualità produttiva: quella di un artigiano o di un artista, come quella di Dio. Oggi anche l'avvento delle neuroscienze contribuisce ad arricchire la letteratura sull'argomento, ma risulta ancora molto difficile ricondurre gli svariati studi su un'unica linea interpretativa.

2. La creatività e il pregiudizio culturale.

La creatività è una caratteristica del pensiero umano che riflette la capacità di risolvere un problema in un modo nuovo e originale e di produrre opere che siano nuove, opportune e che abbiano un valore sociale (Razumnikova, 2007). L'atteggiamento creativo è quindi una espressione dell'attività umana, che possiamo individuare in molti campi di esplorazione: dalle scienze alle arti, dall'educazione dei figli all'atteggiamento di fronte a situazioni d'emergenza, dalla risoluzione di un problema matematico ad una semplice passeggiata sulla spiaggia. È un comportamento umano complesso che coinvolge utilità, bellezza e innovazione (Arden et al., 2010).

Sergio Lombardo scrive in "Requisiti scientifici della psicologia dell'arte: II. La creatività dell'artista" «la creatività è un'attività biologica inevitabile e necessaria alla sopravvivenza umana, non è una facoltà esclusiva dell'artista. L'uomo, infatti, deve interagire con una realtà non statica, ma in continua evoluzione e in grado di mutare in modo parzialmente prevedibile e parzialmente imprevedibile. La mente umana ha lo scopo di prevedere i cambiamenti della realtà per sfruttarli a proprio vantaggio, anticipando gli scenari futuri» (Lombardo, 2001).

Il "confine" tra un atteggiamento definibile "realmente" creativo ed uno "falsamente" creativo è molto sottile. Le

domande più frequenti di chi superficialmente si occupa di creatività possono essere varie: siamo tutti creativi allo stesso modo? È uno *stato* in cui ci si trova solo in alcuni momenti, e in cui si possono trovare solo alcune persone? L'atteggiamento creativo deve essere supportato da un metodo oppure è uno *stato* in cui ci si trova per cause innate? Può essere definito dai suoi prodotti (ad esempio nel campo delle arti)? Esiste un modo per diventare creativi?

Si tratta di un concetto difficile da definire e probabilmente soggetto a varie interpretazioni, molte delle quali erranee.

In alcuni individui l'atteggiamento creativo è apparentemente più evidente che in altri. Un artigiano potrebbe sembrare più creativo di un contabile, o un artista potrebbe risultare più creativo di uno scienziato; tuttavia l'attenzione non deve ricadere sull'ambito in cui viene rilevato l'atteggiamento creativo ma su come un individuo riesce a risolvere un problema, qualunque sia l'ambito o il settore.

Dai risultati emersi in un'indagine condotta da Eurisko nel 2004 sulla visione che gli italiani hanno del "pensiero creativo", l'aspetto di maggiore rilevanza che emerge dalle opinioni dei giovani universitari è l'idea che la creatività sia un tratto del carattere, il quale si manifesta con l'aver fantasia, l'essere emotivi ed impulsivi fino alla trasgressione. Secondo questo campione, per essere creativi non è necessario produrre materialmente qualcosa di utile per la società ed, infine, la scienza (disciplina che necessita rigore e fatica) non è indicata come un settore che richiede creatività. Solo gli intervistati della categoria delle élite scientifiche e culturali, interpretano il pensiero creativo come qualcosa capace di produrre e innovare, e in più basato non sul talento innato, ma su conoscenza, rigore e applicazione di un metodo.

3. La personalità creativa e il pregiudizio della follia

L'idea che la più alta forma di realizzazione umana, chiamata "creatività", sia invariabilmente associata alla follia risale ad Aristotele (Keynes, 1995). Il primo a studiare in maniera sistematica il rapporto tra creatività e personalità fu lo psicologo Frank Barron (1957), il quale nella seconda metà degli anni Cinquanta sottopose a un vasto numero di persone potenzialmente creative (scrittori, pittori o scienziati) un test di personalità. Dai risultati emerse che le caratteristiche comuni di persone creative, siano essi pittori, scienziati o scrittori, sono tendenzialmente l'essere anticonformisti, autonomi, flessibili, spesso ribelli, piuttosto inaffidabili, dotati di scarso autocontrollo e poco senso di responsabilità, soddisfatti di sé, incuranti delle apparenze e del giudizio altrui (Oliverio, 2007). Si fa riferimento, in questo caso, a caratteristiche non necessariamente presenti contemporaneamente nella stessa persona.

Come confermato dai risultati della ricerca Eurisko citata nel primo paragrafo, è opinione comune che la personalità creativa sia sovrapponibile o accostabile a quella folle. E' probabile che la ragione di ciò risieda nel fatto che un soggetto creativo può essere visto come folle quando trova soluzioni nuove, non condivise dalla cultura in quel momento in atto.

Una caratteristica nota ed evidente dei soggetti convenzionalmente definiti creativi è quella di possedere una spiccata immaginazione e la capacità di produrre idee nuove. Di fatto, il tratto che maggiormente accomuna follia e creatività è l'immaginazione. Le ricerche scientifiche finalizzate alla comprensione di questi due tipi di personalità sono numerose e sempre più distanti dalla romantica visione che accostava creatività e follia. Ad esempio le differenze tra un artista e un soggetto psicotico esistono e sono ciò che consente solo al primo di creare prodotti utili e validati dalla società e dalla storia.

Le psicosi, dalla schizofrenia al disturbo bipolare, sono disturbi del comportamento caratterizzati da perdita di contatto con la realtà, alterazione della percezione affettiva (con mancanza di empatia e basso coinvolgimento nei rapporti interpersonali) e alterazione della percezione cognitiva (con caduta in ragionamenti strani e poco chiari). È probabile che alcuni tratti tipici della personalità psicotica siano individuabili anche in alcuni artisti, o in generale, nelle persone creative; tuttavia, è importante sottolineare che psicosi e creatività, in realtà, sono in contrasto tra loro. Infatti, per la realizzazione di un prodotto creativo, sia esso un'idea o un artefatto, come di un qualsiasi prodotto utile, è necessario mettere in atto dei comportamenti controllati e finalizzati alla sua realizzazione; è indispensabile utilizzare autodisciplina, tenacia e organizzazione, comportamenti non presenti nei soggetti psicotici. Presupposti necessari sono, inoltre, competenza e conoscenza preliminari dell'argomento, senza i quali è difficile riuscire a fare associazioni e considerazioni che portino alla generazione di un'intuizione creativa e alla sua valutazione.

Possiamo quindi concludere che l'accostamento tra personalità creativa e personalità psicotica non è adeguato se si guarda all'effettiva capacità di produzione creativa; negli stati psicotici sembra essere favorita la capacità associativa e immaginativa, ma bisogna ricordare che nelle psicosi gravi questa capacità ha dei risvolti estremamente negativi e dannosi per l'individuo, in quanto contribuisce a generare allucinazioni e delirio.

4. Mente creativa. Il contributo delle neuroscienze

Nel campo delle neuroscienze l'attività creativa è oggetto di studio di numerose ricerche, per lo più indirizzate alla comprensione dei meccanismi biologici della mente creativa.

La maggior parte delle ricerche riconosce che componenti necessarie della creatività sono: alto livello di intelligenza generale, conoscenza dominio-specifica e abilità speciali (Razumnikova, 2007).

Generalmente, le ricerche neuroscientifiche nel campo della creatività usano due classi di test di cognizione creativa: "divergente" e "convergente". I test di pensiero divergente sono strumenti designati per essere "open-ended", ovvero senza limiti precisi e con la possibilità di multiple risposte corrette; i test di pensiero convergente sono, al contrario, quelli che hanno una singola risposta corretta.

J.P. Guilford nel 1950 pubblica su *American Psychologist* un articolo dal titolo "Creativity", dove accanto al pensiero convergente-verticale (logico-deduttivo), che aveva caratterizzato la ricerca scientifica del passato, individua un pensiero divergente o laterale meno vincolato a schemi rigidi ed in grado di produrre molteplici alternative.

L'utilizzo delle moderne tecniche di rilevazione dell'attività cerebrale (neuroimaging), come l'elettroencefalogramma o la risonanza magnetica funzionale, consente l'identificazione di specifiche aree cerebrali che si attivano quando un individuo è impegnato in una particolare attività.

A causa della eterogeneità dell'espressione creativa e della mancanza di una sistematizzazione nello studio della stessa, le ricerche che mirano all'identificazione delle strutture cerebrali e dei sistemi della creatività attualmente non mostrano un'elevata coerenza nei risultati, che divengono così di difficile interpretazione (Ardes et al., 2010). Tuttavia, alcune ricerche sulla creatività mostrano che esiste una associazione tra basso livello di attivazione corticale e maggiore creatività (Oliverio, 2007). La corteccia cerebrale è una regione del cervello implicata nelle attività cognitive più complesse. Uno dei ruoli di questa regione è quello di inibire i comportamenti "inutili" e di consentire quindi la creazione di associazioni unicamente finalizzate alla risoluzione di un compito senza disperdersi in attività potenzialmente devianti rispetto allo stesso problema. Sebbene da un lato, questo costituisca un vantaggio nell'affrontare comunemente un problema, d'altra parte, l'attivazione della corteccia frontale inibisce la formazione di associazioni più lontane e meno prevedibili, che sono un presupposto basilare del pensiero creativo (Oliverio, 2007). Come si può immaginare, il pensiero creativo non è solo il frutto della maggiore o minore attivazione di una specifica area cerebrale, ma è anche il complesso risultato dell'integrazione di una serie di fattori ambientali, sociali, culturali e individuali che sono messi in gioco dal soggetto creativo per la risoluzione di un problema. Prerogativa fondamentale, infatti, di un prodotto creativo è la mancanza di soluzione a un problema in un determinato ambito, ben identificato e noto al soggetto che si è interessato. Le persone producono un nuovo artefatto o una nuova idea solo quando questo stesso prodotto non esiste ancora e solo quando riescono a ricombinare in una maniera nuova ed efficiente le precedenti conoscenze.

5. Presupposti: caso e preparazione

Secondo lo psicologo inglese Hans Eysenck (1995) la creatività è un tratto latente alla base del comportamento creativo, e una caratteristica necessaria, ma non sufficiente per la produttività creativa; il suo successo è definito da Eysenck in termini di novità e utilità/accettabilità dei prodotti. Tuttavia, un risultato creativo per essere tale deve essere anche inaspettato e imprevedibile. Potremmo definire la creatività come l'abilità di produrre idee e prodotti che sono nuovi ed utili, e allo stesso tempo sostenere che un prodotto creativo non dovrebbe essere generato da persone che seguono aspettative convenzionali, ma da chi, attraverso la preparazione, cerca risultati sorprendenti, inaspettati, nuovi. La preparazione e la competenza in un determinato campo di indagine sono aspetti fondamentali che massimizzano le probabilità di raggiungere un'intuizione creativa. All'interno di un processo creativo, la preparazione entra in relazione con un altro elemento altrettanto importante: il caso. Secondo Louis Pasteur, biologo francese di fine ottocento, "*il caso favorisce la mente preparata*". È più probabile che un atto creativo si verifichi in un soggetto *preparato* che per fortunate coincidenze, ed è più facile che un prodotto della creatività nasca da conoscenze e competenze del soggetto interessato che per motivi inspiegabili o forze *sovrumane*. In questa direzione l'unico modo per "essere creativi" consiste nell'acquisire tutte le conoscenze possibili rispetto a uno specifico campo di indagine.

Al fine di essere veramente creativi, bisogna essere padroni della materia in modo da dare un contributo notevole (Reilly, 2008). Herzberg (1987) trovò che la competenza nella materia è una qualità fondamentale associata all'innovazione. Weisberg (1988), esaminando il pensiero ad alta voce di tutti i soggetti partecipanti ad un test con soluzione aperta, dimostrò che esiste un'interazione tra le conoscenze individuali e il problema stesso di fronte al quale il soggetto è posto. Un forte sostenitore di questo punto di vista è Csikszentmihalyi (1996): "una persona che voglia dare un contributo creativo [...] deve conoscere le regole ed il contenuto del dominio". Egli sostiene che un individuo deve interiorizzare completamente la conoscenza e le convenzioni di un campo di indagine prima che possa essere in grado di cambiarne qualche aspetto (Reilly, 2008).

La conseguenza di ciò è che, al fine di generare qualcosa di creativo, un individuo attraversa inevitabilmente alcune fasi, che possiamo definire consequenziali le une alle altre e che costituiscono ciò che chiamiamo "processo creativo". In letteratura, sono state definite diverse fasi di tale processo; qui ne vengono elencate cinque riprese dal lavoro di Joachim Funke su "On the Psychology of Creativity" (2009):

- Preparazione - Le probabilità che si abbia una buona idea riguardo a un determinato problema sono molto basse se non si è lavorato intensivamente sullo stesso. Inoltre è inevitabile e fondamentale, durante un processo creativo, che si tenga conto dei prodotti dei propri predecessori e contemporanei. Una preparazione intensiva è un ingrediente necessario per scoperte e creazioni importanti;
- Incubazione - Delle volte è utile smettere di lavorare al problema di cui si sta cercando la soluzione creativa. Infatti, anche quando si smette di pensare ad esso il cervello continua a lavorare. I processi durante la fase di incubazione rimangono sotto il livello cosciente della persona creativa e non possono essere attivamente influenzati;
- Intuito - Ad un certo punto la ricombinazione di associazioni passa sotto il controllo cosciente e produce ciò che chiamiamo *illuminazione*, *insight*, l'intuito. Dopo il periodo di preparazione e la successiva incubazione del pensiero creativo, si arriva al momento in cui il prodotto creativo viene concepito;
- Valutazione - A questo punto l'intuizione creativa deve essere valutata, considerando anche l'eventualità che non tutte le intuizioni creative sono infine produttive. Questa fase è quindi determinante per il rifiuto o l'accettazione di un'idea;
- Elaborazione - Dopo che si è valutato il valore positivo di un'idea, la fase successiva è la sua elaborazione, al fine di arrivare a un prodotto finale, sia esso un quadro, un testo o un prodotto tecnico. Si può supporre che questa sia la fase più dispendiosa, in cui vengono alla luce molte sorprese e cambiamenti.

6. La creatività nelle arti visive

Dallo sviluppo del concetto di creatività generale si può passare allo studio della stessa in un ambito specifico, come quello dell'arte. Nell'ambito delle arti visive si tende ancora oggi ad abusare del termine creatività, a volte fino a svuotarlo del suo valore originario. Le avanguardie del '900 di radice futurista definiscono l'artista come un ingegnere che attraverso un metodo crea dispositivi per stimolare l'attività interpretativa, onirica e la spontaneità del pubblico. Questo approccio è lontano dalla possibilità che esistano ancora artisti folli che producono opere in stati di delirio, di

pazzia. Interessante per l'analisi in questa direzione è una definizione dell'artista e psicologo Sergio Lombardo: «L'unica differenza fra la persona comune e l'artista è dovuta al fatto che alcuni modelli di adattamento creativo vengono assunti come modelli rappresentativi da un'intera cultura storica, e gli autori di questi modelli vengono perciò chiamati artisti» (Lombardo, 2001).

La creatività è stata definita in letteratura scientifica come la produzione di idee, prodotti o processi *nuovi* e di *valore* (Amabile, 1996; Oldham and Cummings, 1996), tuttavia i concetti di novità e originalità nell'ambito dell'arte sono stati utilizzati spesso, negli ultimi anni, in maniera diversa: è avvenuta una corsa sfrenata alla presentazione di prodotti nuovi e originali, dove novità sta ad *ex novo* e originalità sta ad *incomprensibile*, in produzioni che non tengono conto del lavoro delle precedenti avanguardie storiche.

La novità implica innovazione e originalità (Gruys et al., 2011), quindi diversità rispetto ai prodotti precedenti; il valore implica pregio e rilevanza, quindi il riconoscimento sociale e storico.

Un atto creativo non può essere solamente qualcosa di nuovo, perché molte cose nuove sono banali, casuali, o poco interessanti. Ad esempio, è improbabile che la soluzione al problema della radioattività nell'area di Fukushima, venga trovata da un soggetto che non ha mai fatto studi in questo determinato ambito di ricerca; egli potrebbe avanzare risoluzioni nuove, mai pensate prima, ma sarebbero sicuramente semplicistiche e decontestualizzate da quell'ambito specifico. Possiamo dedurre quindi che gli elementi di novità e originalità non sono sufficienti; qualcosa di creativo deve partire inevitabilmente da ciò che già si conosce e in più deve essere stimolato da una contingenza. Come scrisse Henri Poincaré, matematico, fisico e filosofo naturale, in "Scienza e metodo" (1905) «creatività è unire elementi esistenti con connessioni nuove, che siano utili». In questa direzione, creatività artistica e creatività scientifica non si differenziano molto, e ai massimi livelli di ricerca contribuiscono ad indicare la strada per scenari futuri.

BIBLIOGRAFIA

- Amabile T.M.**, (1996) *Creativity in context*, Boulder, CO: Westview Press.
- Arden R., Chavez R.S., Grazioplene R., Jung R.E.**, (2010) *Neuroimaging creativity: A psychometric view*, Behavioural Brain Research 214.
- Barron F.**, (1957) *Originality in relation to personality and to intellect*, Journal of Personality 25.
- Csikszentmihalyi M.**, (1996) *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*, New York: Harper.
- Eysenck, H. J.**, (1995) *Genius. The natural history of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Frigessi D., Giacanelli F., Mangoni L. a cura di**, (1995), *Cesare Lombroso, Delitto genio follia. Scritti scelti*, Bollati Boringhieri.
- Funke J.**, (2009) *On the psychology of creativity*, In Meusburger P., Funke J., Wunder E. (2009) *Milieus of creativity*, Springer Science.
- Gruys M.L., Munshi N.V., Dewett T.C.**, (2011) *When antecedents diverge: Exploring novelty and value as dimensions of creativity*, Thinking Skills and Creativity 6, 132-137.
- Guilford, J.P.**, (1950), *Creativity*, American Psychologist 5, Issue 9, 444-454.
- Herzberg F.**, (1987), *Innovation: Where is the relish?* Journal of Creative Behavior 21.
- Keynes M.**, (1995), *Creativity and Psychopathology*, The Lancet Vol. 345, January 21.
- Lombardo S.**, (2001) *Requisiti scientifici della psicologia dell'arte: II. La creatività dell'artista*, Rivista di Psicologia dell'Arte N. S., anno X, Edizioni Jartrakor Roma.
- Oldham G.R. and Cummings A.**, (1996) *Employee creativity: Personal and contextual factors at work*, Academy of Management Journal 39.
- Oliverio A.**, (2007) *Scintille creative*, Psicologia contemporanea n.200, Mar.-Apr. 2007.
- Razumnikova O. M.**, (2007) *Creativity related cortex activity in the remote associates task*, Brain Research Bulletin 73, 96-102.
- Reilly R.C.**, (2008) *Is expertise a necessary precondition for creativity? A case of four novice learning group facilitators*, Thinking Skills and Creativity.
- Weisberg R.**, (1988) *Problem-solving and creativity*. In Sternberg R. (Ed.), *The nature of creativity: Contemporary psychological perspective*, New York: Cambridge University Press.



