

LA CREATIVITÀ: ALCUNE PROSPETTIVE PER UN COSTRUTTO DIFFICILE DA DEFINIRE

Luca De Giorgi

Dottore di ricerca in Pedagogia dello sviluppo – Università del Salento

Riassunto - Il contributo intende introdurre il lettore agli studi sulla creatività, ponendo l'attenzione sulle prospettive epistemologiche che hanno definito questo costrutto attingendo dai principali studiosi del tema. Dopo una prima esposizione sul rapporto creatività-arte-scienza, il contributo accompagna il lettore nelle cinque prospettive di analisi che intendono la creatività come prodotto, atteggiamento, potenziale, tratto, e, in ultimo, come processo.

Abstract - The paper will introduce the reader to the studies on creativity, focusing on the epistemological perspectives that have defined this construct drawing from leading scholars of the topic. After a first exhibition on the relationship creativity-art-science, the contribution takes the reader in the five analytical perspectives wishing creativity as a product, attitude, potential, sudden, and, finally, as a process.

Parole chiave: creatività, costrutto, processo

Keywords: creativity, construct, process

1. La creatività, caratteristica di tutti gli esseri umani

La creatività è un concetto familiare. Storicamente questo termine ha goduto del favore di intellettuali ed artisti che lo hanno eretto quale standard del loro operato, e ciò continua ad accadere: sarebbe difficile pensare ad un artista non-creativo. Ma cosa sia davvero la creatività umana non è dato (ancora) saperlo con certezza.

Parole come *fantasia*, *produzione*, *immaginazione*, *innovazione*, *intuizione* (e tante altre ancora) risuonano come sinonimi di creatività, e talvolta si sostituiscono ad essa con una significazione analoga, ma ad una lettura scientifica si scopre che la scelta di un sinonimo mal si coniuga con l'etimo connotato. Tutto ciò complica non poco il tentativo di dare una definizione chiara della creatività stessa: il sinonimo, infatti, non è un altro modo di dire la stessa cosa (Sensini, 2001).

Urge precisare che i sinonimi in una lingua non nascono per il piacere di arricchire il vocabolario, ma sono determinati dalla necessità etimologica di coniare una unità linguistica che ha nel suo significante un significato che spesso differisce solo per sfumature dal termine di riferimento; o, come spesso accade, - ed è il caso della creatività - la scelta di un sinonimo va rintracciata nei svariati ambiti che a quel fenomeno si avvicinano.

La difficoltà nell'affrontare uno studio sulla creatività consiste proprio nell'impossibilità di partire da una definizione data. Ma una certezza c'è, se si vuole definire la creatività: partire dalle persone. Dunque, chi sono le persone creative? Gli artisti, certo: e tutti gli altri?

Partiamo da un presupposto: ognuno possiede, intimamente, una definizione di creatività. Spesso questo termine viene ancorato ad una personalità che per creatività si è contraddistinta nella storia: Mozart, Picasso, Donatello, Bernini, Michelangelo. Anche le opere rappresentano per sineddoche la creatività: un canto poetico, un inciso musicale, una tela o una scultura: la creatività, dunque, si esprimerebbe sul prodotto quale risultato di un processo creativo soprattutto quando questo è osservabile. Ed è per questo che la creatività è, per antonomasia, esoscheletro dell'artista.

Forse parlare di creatività in Einstein, Fleming e Freud risulta un po' complesso in una logica di "senso comune" (Popper, 2005) in quanto per ben comprendere la grandezza della loro opera è necessario avere un minimo di competenza nei campi specifici.

Qualche studioso di arte leggendo questo prontamente tuonerebbe affermando che l'opera di Picasso necessita di uno studio e di una interpretazione accurati per comprenderne la visione filosofica che spesso si intreccia alla storia – personale e non - e alla società, ben collocate in una dimensione spazio-temporale. In fondo, e questo credo sia universalmente riconosciuto, la capacità di un artista di comunicare, anche nei parametri costruiti *ex novo* o no della sua arte, è di certo più immediata rispetto a quella dell'opera dello scienziato.

Per chiarezza, Einstein è stato uno dei geni dell'umanità: ha rinnovato la fisica; ma probabilmente un quadro di Monet è emotivamente più comunicativo. Una volta studiata la relatività di Einstein non si può non apprezzarlo da un punto di vista creativo, ma se si guarda le formule senza strumenti per comprenderle appariranno come codici indecifrabili. Certo la matematica ha la sua bellezza, ma è una bellezza che non attecchisce al primo sguardo, se non si è esperti. Con Monet questo non accade. Anche se non si comprende la filosofia che vi è dietro l'Impressionismo, di fatto si riesce a vedere il quadro e a capire se suscita emozioni e quali siano queste emozioni, non necessariamente ottenendo giudizi positivi.

Ad ogni modo, se si mette l'arte sul piatto destro di quella bilancia che chiamiamo creatività e a sinistra vi si pone la scienza, l'ago, governato da una giuria popolare fondata sul "senso comune", tenderebbe verso destra: verso l'arte.

Artista e creatività, così come ricercatore e metodo, sono due binomi veri ma riduttivi. Quando si parla in un'ottica riduttivista di concetti astratti come la creatività si commette l'errore di confinare e confinarsi all'interno di sistemi, logici o meno, che divengono modelli a lungo andare accettati anche se su fondamenti erronei.

È preferibile rimescolare le carte e pensare che al ricercatore serva la creatività quanto all'artista sia necessario il metodo. Cosa sarebbe stato Michelangelo senza metodo e senza tecnica? Avremmo mai avuto una nuova concezione di fisica se Einstein non fosse stata una persona altamente creativa, capace, dunque, di guardare oltre i principi fisici a cui era stato indottrinato?

Artisti e scienziati condividono per molti aspetti la medesima inclinazione: superare le convenzioni, i dogmi, le regole, per guardare creativamente e in modo nuovo in termini di approccio al proprio lavoro. Missioni diverse, certo, quelle dell'artista e dello scienziato, ma talmente simili che i percorsi, se si fa eccezione per le finalità e gli strumenti, sembrano i medesimi.

Questi sono pochi esempi per comprendere quanto la creatività sia di per sé pervasiva in qualunque ambito si verifichi un'innovazione.

Ed ecco che si pone il primo sinonimo apparente di creatività: *innovazione*, appunto. Si ha innovazione quando ci si trova davanti ad un prodotto creativo capace di cambiare lo status di una persona o di una società intera. Allo stesso modo, però, si ha innovazione quando si affronta un dato percorso di ricerca – sia questo artistico o scientifico – con strumenti e metodologie differenti.

Di fatto, l'innovazione consiste in una novità che spesso può costruire invenzioni e innovazioni a valanga. Un esempio su tutti: internet. Con l'avvento di internet il mondo è cambiato davvero. D'un tratto questa invenzione ha dato a tutti la possibilità di reperire informazioni in tempi brevi; poi sono arrivati i social network che hanno cambiato il modo di comunicare. I social network (e internet ancor prima) hanno cambiato il modo di vivere, lavorare e comunicare. L'innovazione nel modo di comunicare si è tradotta in innovazione nella quotidianità della vita.

Ciò suggerisce che si possa guardare all'innovazione come ad un meccanismo a due livelli tenuti insieme da un rapporto causa-effetto: un primo livello, relativo all'oggetto stesso (prodotto creativo); il secondo, alle ricadute che questo ha nella società (dimensione culturale). Quando questo meccanismo si attua, ed è veramente osservabile, siamo davanti ad una innovazione.

Questo, però, rischia di indurre l'errore secondo il quale la creatività sia propria di chi è capace di innovare.

Ormai lo si ripete dai tempi di Guilford (1974; 1977; 1978; 1986), e con Vygotskij (1933) anche prima: la creatività appartiene ad ogni rappresentante della specie umana. La creatività è una caratteristica propria dell'essere umano. Il fatto che siamo giunti fin qui come specie ne è la prova. Senza creatività non ci sarebbe stato progresso, innovazione, sviluppo. “La creatività – ricorda Rosati – è stata presentata di fatti come una prerogativa non di pochi, gli artisti e gli scienziati, ma di tutti, perché a livello potenziale tutti gli uomini sono creativi” (2004, pp. 33-34).

Queste parole riecheggiano spesso, ma già Vygotskij ha affermato che “la creatività sussiste di fatto non solo dove realizza insigni, storiche creazioni, ma dovunque c'è un uomo che immagina, combina, modifica e realizza qualcosa di nuovo, anche se questo qualcosa di nuovo possa apparire un granello minuscolo in confronto alla creazione dei geni”(1933, p.23).

È un po' come se la creatività fosse qualcosa di così congenito agli esseri viventi che l'adattamento della specie, (di tutte le dimensioni della specie), passi attraverso la creatività. Se la specie evolve, vuol dire che cambia alcune sue caratteristiche: la filogenesi necessita di creatività funzionale all'adattamento. Ogni volta che la specie conquista qualcosa, di fatto sta conquistando la sua sopravvivenza. Sono meccanismi complessi, dalla durata millenaria, certo, ma che ontologicamente possiamo osservare anche nella vita di tutti i giorni (Bacci, 2009).

Dunque, se la creatività ci appartiene, ciò accade perché ne abbiamo bisogno. Tutti siamo creativi perché siamo esseri umani chiamati a misurarci nella (e con la) nostra quotidianità: la differenza la fanno i fattori che costituiscono la creatività stessa, il livello di presenza di indicatori che differiscono in virtù di quel soggettivismo non replicabile che caratterizza la natura umana. *Fluidità, flessibilità, originalità*, (Antonietti e Pizzingrilli, 2009) sono indicatori della creatività, ma di fatto sono frutto di elaborazioni complesse determinate da acquisizioni, o, meglio, apprendimenti che di fatto rappresentano il punto d'appoggio su cui costruire creativamente. Così come le capacità di combinare, ampliare, collegare, sono espressioni di menti creative, ma di una creatività che ha necessità di esperienze.

La creatività è, come si scrive più su, una conquista, non qualcosa di trascendentale (nel significato kantiano del termine): è qualcosa che si lega all'uomo, alla sua natura e al suo sviluppo. Uno sviluppo di cui ne è fautrice.

2. Il “costrutto di creatività”

La creatività ha molte definizioni: almeno una per ogni scuola di pensiero, se non addirittura, una per ogni singolo autore che l'ha indagata. “Il termine [creatività] non possiede infatti un significato chiaro e univoco; è una voce impiegata in molteplici contesti e, molto spesso, il suo ambito semantico si sovrappone a quello di altre parole come fantasia, immaginazione, innovazione” (Cinque, 2010, p.23).

Se parlare di costrutto dà la percezione della difficoltà di osservare direttamente la creatività, d'altro canto ci permette di incasellare la creatività in qualcosa che, per quanto complesso, le offre un'appartenenza: quella dei costrutti. Per cui di qualcosa di non rilevabile direttamente ma solo attraverso le sue conseguenze osservazionali o sperimentali e sulla base di più di un indicatore (Trincherò, 2013).

Al pari dell'intelligenza che può essere osservata attraverso test, la creatività può essere, per così dire, valutata in funzione dei prodotti a cui la persona perviene con l'atto creativo. O, meglio, è il prodotto che ci dice quanto una persona è creativa e il livello di qualità. E sempre al pari dell'intelligenza - alla quale la creatività è stata per molto tempo associata - anche qui non mancano test messi a punto da diversi ricercatori e studiosi per lo più appartenenti all'area psicologica. Tra i lavori più noti che tutt'ora vengono impiegati nelle ricerche sulla creatività si ritrovano il TCD (Test di Creatività e Pensiero Divergente) di Williams (1994) e il test ASK di Schuler ed Hell (2009). Ma anche in Italia non mancano esperienze importanti come i test messi a punto dal gruppo di ricerca del prof. Antonietti (Antonietti e Cerioli, 1992; Antonietti, Giorgetti e Pizzingrilli, 2011).

Da un punto di vista scientifico è difficile dare una definizione valida di creatività. Non perché manchino gli studi o gli strumenti, ma perché ogni studioso, partendo da paradigmi scientifici propri, è pervenuto a una definizione differente dalle altre ugualmente valide. Le aporie sono frequenti, come si vedrà.

A questo punto si pone una domanda: se tutte le definizioni, sorrette da una metodologia di ricerca valida, sono ugualmente legittime, ve ne è una valida universalmente? Ad oggi una definizione unanime di creatività non è stata ancora data. Anzi, spesso il pensiero creativo è considerato sinonimo di creatività, e lo stesso vale per pensiero laterale e processo creativo.

“Per molte persone, ‘pensiero creativo’ e ‘creatività’ sono sinonimi, entrambi associati ad alcuni step cognitivi che consentono agli individui di progredire in un determinato compito, trovando soluzioni alternative. Invero, appare piuttosto intuitivo considerare il pensiero creativo come una modalità che consente il raggiungimento dell’atto creativo e pertanto individuabile come un costrutto di secondo ordine rispetto alla più generale definizione di creatività” (Giusti et al., 2007, p. 254).

I contributi degli studiosi possono essere raggruppati in 5 prospettive di analisi della creatività che viene intesa come **PRODOTTO**, **ATTEGGIAMENTO**, **POTENZIALE**, **TRATTO** e **PROCESSO**.

3. Creatività come prodotto

È prodotto creativo l’opera di un musicista o di un artista in genere. È prodotto creativo anche un risultato scientifico o tecnologico. Se poi si entra nella dimensione più prettamente didattica, allora si può considerare prodotto creativo un lavoro svolto da uno studente o una strategia di insegnamento utilizzata da un insegnante.

Ma il prodotto non è sempre qualcosa di visibile (Simonton, 1984). Se si pensa, ad esempio, alla teoria della relatività di Einstein o alla legge gravitazionale di Newton, ci si rende conto di come questi prodotti siano impercettibili, invisibili, eppure presenti.

Per prodotto creativo si intende tanto una creazione (un qualcosa che viene costruito la cui esistenza non c’era: ad esempio il computer), quanto una scoperta (qualcosa che c’è sempre stato, ma non era stato tradotto in modo da essere visibile, come la forza di gravità).

Eppure, qui si apre un’ulteriore pista. Le scoperte non sono sempre l’effetto di una ricerca ben condotta. In alcuni casi sono determinate da fattori fortuiti. È la serendipità (Mongai, 2007) col quale non si intende la scoperta casuale, ma la capacità di guardare con altri occhi il medesimo fenomeno.

“Il punto cruciale è che tale serendipità non produce, di per sé, scoperte: essa produce, semmai, l’opportunità di fare scoperte. Gli eventi accidentali non hanno valore scientifico in se stessi: essi acquistano significato solo quando catturano l’attenzione e l’interesse di qualcuno capace di collocarli in un contesto scientifico” (Ziman, 2002, p. 279).

È quanto accaduto a Fleming, il padre della penicillina, il quale accorgendosi che alcune piastre di coltura subivano delle modificazioni esposte in un ambiente più arieggiato, anziché buttarle via, come probabilmente aveva fatto in precedenza, ha intravisto una possibilità diversa, e, incuriosendosi, ha condotto le sue ricerche fino a giungere alla penicillina (Sterpellone, 2004).

Ad esempio chi non ha avuto occhi per vedere la vera scoperta è stato Cristoforo Colombo: convinto di essere arrivato in India, (perché era questo ciò che voleva arditamente dimostrare) e, invece, giunto in un nuovo continente non è riuscito ad accorgersene, tanto era preso dal dimostrare la validità della sua ipotesi di “raggiungere Oriente navigando verso Occidente”.

Il prodotto è dunque la parte visibile della creatività, e anche laddove gli studi sembrano concentrarsi sul risultato finale del processo creativo, di fatto, spesso, gli studiosi hanno tentato di fare un percorso a ritroso nel tentativo di ricostruire i fattori che hanno contribuito alla realizzazione del prodotto creativo: è quanto emerge, ad esempio, negli studi retrospettivi di Cox (1926) e di Gardner (1994); altro caso emblematico, rintracciabile nella psicoanalisi di matrice freudiana, è l'analisi che Karl Abraham (1975) fa dell'opera del pittore italiano Giovanni Segantini, ricostruendo aspetti della personalità creativa mediante l'opera.

Come ricorda lo scrittore francese Marcel Proust nella sua opera più “Alla ricerca del tempo perduto”: "l'unico vero viaggio verso la scoperta non consiste nella ricerca di nuovi paesaggi, ma nell'avere nuovi occhi".

4. Creatività come atteggiamento

Per meglio comprendere la creatività come atteggiamento, bisogna chiarire il concetto stesso di atteggiamento, e il significato che questo assume all'interno delle scienze umane.

Secondo Galimberti, per atteggiamento si intende una “disposizione relativamente costante a rispondere in certi modi particolari alle situazioni del mondo per quel residuo di esperienza passata che in qualche modo guida, indirizza o comunque influenza il comportamento”.

È necessario soffermarsi sulla definizione di Galimberti. Innanzitutto, lo studioso osserva come l'atteggiamento si confermi su base esperienziale. Anche la creatività, in questa logica, trova le sue conferme nel mondo concreto. L'atteggiamento creativo dell'artista o dello scienziato viene rinforzato positivamente o negativamente dall'esperienza e dai risultati conseguiti.

Eppure se guardiamo alle ricerche nell'ambito della psicologia della metà del '900 già è stato posto l'accento su una mancata relazione di causalità tra atteggiamenti e comportamento.

“Conoscere un atteggiamento non è, quasi mai, sufficiente per formulare un'ipotesi di corretto comportamento. Le variabili da tenere in considerazione sono, a tal proposito, numerose (intervallo di tempo tra atteggiamento e comportamento, bassa autostima e così via). La discordanza o discrepanza tra gli atteggiamenti ed i comportamenti, dunque, avviene soprattutto perché la prima variabile (atteggiamento) è, in generale, un concetto astratto, mentre la seconda (comportamento) è, al contrario, concreta, reale e circostanziata” (Boccia, 2008, p.171).

È questo un problema di non poco conto nell'ambito degli studi sulla creatività. Implicherebbe che non necessariamente un atteggiamento creativo risponda ad un comportamento creativo e quindi potremmo parlare, probabilmente, di una creatività inespressa; forse, per chiudere il cerchio, a causa di rinforzi negativi.

A proposito di questa osservazione, si può comprendere come il termine “produzione” non coincide con creatività, né viceversa.

La produttività, uno dei sinonimi proposti in apertura, può sussistere anche dove non vi è creazione di nulla, o, almeno nulla di visibile. Ad esempio, ci si può ritrovare a pensare a qualcosa, a produrre tanti pensieri su un dato oggetto, ma senza essere creativi, proprio perché viene meno l'equilibrio tra flessibilità (ovvero la capacità di muoversi in ambiti semantici diversi), fluidità (possibilità di produrre una notevole quantità di osservazioni) e originalità (inteso come la possibilità di creare qualcosa a cui altri non sono pervenuti).

Il fatto di produrre non coincide, necessariamente, con questi indicatori.

Anche se l'indicatore predominante è la fluidità (in questo caso di pensiero) di fatto non è detto che i pensieri prodotti si muovano in campi anche semanticamente lontani (flessibilità) e a qualcosa a cui pochi hanno pensato (originali). Inoltre la mancanza di combinazione e rielaborazione di elementi anche apparentemente lontani – che si può ascrivere sempre all'interno della flessibilità – di fatto porta alla produzione, certo, ma non alla creatività.

Se accettiamo pedissequamente le definizioni esposte, la difficoltà dell'atteggiamento creativo sta nella traduzione in un comportamento che a questo possa aderire o che da questo si generi.

Nel caso della creatività, l'atteggiamento creativo è tipico di chi, pur trovata una soluzione (sia questa ad un problema o all'appagamento di un bisogno), non rinuncia ad elaborarne altre.

“L'atteggiamento creativo è stato, per ricordare qualche proposta al riguardo, designato come apertura verso l'esperienza, accettazione del rischio e della contraddittorietà, spirito di avventura, predilezione verso la complessità. In accordo con questa impostazione, più recentemente alcuni degli aspetti che caratterizzano l'atteggiamento dell'individuo creativo sono stati intesi come elementi di una più generale dimensione psicologica denominata *problem-finding*” (Antonietti e Pizzingrilli, 2009, p.152).

Molti musicisti, così come anche tanti romanzieri soprattutto del periodo romantico, hanno riscritto più volte le loro opere. La letteratura artistica in genere è piena di casi simili. E probabilmente lo è anche quella scientifica.

Volendo entrare nello specifico dell'atteggiamento creativo, non si può non riferirsi ad un saggio di Erich Fromm, nel quale lo psicologo così si esprimeva: “nell'affrontare l'argomento della creatività, vorrei considerare per prima cosa i due significati che il termine può avere: creatività nel senso di creare qualcosa di nuovo, qualcosa che può essere visto o udito da altri, come ad esempio una pittura, una scultura, una sinfonia, una poesia, un romanzo e via dicendo, oppure creatività intesa nel senso di atteggiamento, che è la condizione preliminare di qualsiasi creazione tangibile, ma che può esistere perfino quando non crea nulla nel mondo delle cose (Fromm, 1975, p.67).

Indagando soprattutto la seconda espressione di atteggiamento creativo, la visione di Fromm non è affatto di facile lettura. Se, come suggerisce lo stesso studioso, nel corso del suo intervento, l'atteggiamento creativo è tipico della persona che vede e risponde, la vera domanda è: “come vedere?”.

Non entrerò nello specifico di questa domanda perché ciò implicherebbe tracciare un percorso molto articolato della visione di Fromm, tuttavia ci sono alcuni punti chiari che lo stesso Fromm ha esposto e che rappresentano il corredo dell'atteggiamento creativo – che risponde alla domanda sul come vedere e come rispondere - e che possono essere esposti brevemente e schematicamente secondo quanto segue:

- a) *La capacità di essere perplessi*, che genera la capacità di “vedere” in modo diverso un fenomeno, quel guardare con altri occhi qualcosa che per decine di volte si è osservato, ma lo si è fatto senza stupore perché non è stato colto un particolare che ha innescato perplessità o problematizzazione, che è l'essenza stessa della creatività.
- b) *La capacità di concentrazione*, importante perché permette di cogliere i particolari che fanno la differenza. E soprattutto gli scienziati sanno quanto un particolare possa stravolgere un'intera ricerca.
- c) “Il senso dell' 'io', - scrive Fromm - o il senso di se stesso, significa che sperimento me stesso come autentico centro del mio mondo, come autentico generatore dei miei atti. È proprio questo che significa essere originali. Non si tratta soprattutto di scoprire qualcosa di nuovo, ma piuttosto di sperimentare in modo tale che l'esperienza abbia origine in noi”(ivi).
- d) *L'accettazione del conflitto* poiché e i conflitti vengono evitati, si permane nella medesima situazione: affrontare i conflitti implica, invece, un riformulare noi stessi, quel senso dell'Io che ci rende unici solo se ci percepiamo come autori di atti propri che pur impressi dall'esperienza rappresentano la nostra essenza umana e soggettiva. Gestire i conflitti implica rinunciare alle certezze, ma le certezze sono costruzioni, non sono espressioni di noi stessi. È chiaro che un fattore di inibizione della creatività è proprio la volontà di non abbandonare una strada già battuta: non avere il coraggio di tentare nuove vie.

In sostanza, bisogna educare all'accettazione dei limiti, ma anche alla possibilità di superarli uscendo fuori dal ghetto delle certezze per aprirsi all'esperienza, in un contesto di conflitti che possono offrire nuovi punti di vista.

5. Creatività come potenziale

Un paradigma molto interessante è quello secondo il quale la creatività sia “in potenza”: ovvero la creatività, in questo caso, può essere interpretata come un'abilità impressa quasi “per natura” nell'essere umano, che risiede in questo e che fa parte della persona nella sua complessità.

La filosofia, in questo – come anche in molti casi -, non si coniuga male con la psicologia e con la pedagogia. Anche se le impostazioni epistemologiche possono apparire lontane e differenti, di fatto queste scienze hanno al centro l'uomo e la conoscenza, ed anche la conoscenza dell'uomo; così come il suo sviluppo e la sua educabilità.

Nell'essere in potenza, vi sono impresse molteplici forme, e di fatto la creatività si esprime nella dimensione artistica, ma anche in quella quotidiana. Il punto è che affinché questo potenziale

emerge, o, meglio, divenga in atto, è importante che intervengano diverse variabili quali motivazione, ambiente, interesse, cultura, condizione economica e altre ancora.

Se si parla di creatività come potenza si spiega anche il perché, e il come mai, a parità di capacità o abilità (come dir si voglia) alcune persone emergano e altre no. Il cuoco è certamente un artista: prova, sperimenta, ricerca; ma salvo alcuni programmi in televisione che accendono i riflettori sulla gastronomia – e che vanno tanto di moda -, la sua arte non sarà mai paragonata a quella di un musicista.

Tuttavia, parlare di potenziale creativo non vuol dire parlare di persone creativamente riconosciute. Volendo fare un esempio concreto, si può affermare che Picasso è giunto ad essere un grande pittore perché aveva un potenziale creativo che è stato assecondato, sviluppato, sostenuto. Una volta divenuto un abile pittore, il padre del Cubismo ha realizzato il celebre dipinto Guernica a causa di un fattore scatenante – quale il bombardamento della cittadina che dà il nome all'opera - che ha agito sul potenziale creativo corredato da tecnica ed esperienza. Il fatto di cronaca ha acceso la miccia, o, meglio il suo bisogno di esprimere l'orrore di quei giorni, secondo il modo che era più congeniale al maestro: la pittura.

Un artista diviene tale se il potenziale viene assecondato dal contesto. Si potrebbe affermare alla luce degli apporti del Capability approach (Sen, 1985; 2000; Nussbaum, 2001), che la creatività rimane potenziale inespresso se non stimolata in un *contesto capacitante*. Se Bach, anziché nascere ad Eisenach, fosse nato in un villaggio australiano del 1700 lontano da mecenati e ambienti intellettuali, e con strumenti e forme musicali diverse da quelle dell'Europa dell'Illuminismo, probabilmente non sarebbe diventato Bach.

Ma l'aspetto geografico è solo uno. Pur mantenendo i natali ad Eisenach avrebbe potuto nascere in una famiglia di artigiani, e non in un ambiente in cui la musica si respirava a pieni polmoni (Rescigno, 2007), allora si potrebbe ipotizzare che gli stimoli che sono stati funzionali al suo sviluppo come persona sarebbero venuti tutti meno (almeno nell'ambito musicale).

Ma come si può giustificare la presenza di un'abilità potenziale quale la creatività?

Molti studiosi si sono occupati del rapporto tra intelligenza e creatività. Oggi sappiamo che vi sono alcune correlazioni, ma questo non ci dà la misura concreta del rapporto tra questi due costrutti. In alcuni casi emergono rapporti di indipendenza, ma la questione è molto complessa (Andreani e Orio, 1975). Perché complesse sono intelligenza e creatività e vi sono anche altre variabili che non possono essere sottovalutate tanto nell'una quanto nell'altra. Quindi la risposta “tutti siamo potenzialmente creativi perché siamo intelligenti, in quanto l'intelligenza appartiene a tutti gli uomini” non è sbagliata, ma neanche completamente giusta, anche se gli studi di Guilford (cit.), Gardner (1993) e Sternberg (1988) sembrano orientare in questa direzione.

A questo punto possono rientrare in questo costrutto tutte le teorie che guardano al pensiero creativo come a qualcosa di connaturato all'uomo perché parte del suo intelletto o delle sue abilità personali.

Come ricorda Peluso Cassese, in questa prospettiva si sono mossi alcuni autori tra cui Rogers e Maslow. “Secondo alcune impostazioni della psicologia umanistica, la creatività è una peculiarità generale e comune dell’individuo, il quale tende ad autorealizzarsi nell’interesse delle sue possibilità, con grandi capacità di apertura verso la complessità delle esperienze cognitive e affettive. Alcuni psicoanalisti tra cui Maslow e Rogers sottolineano l’importanza delle pulsioni positive di crescita, ossia la spinta motivazionale principale degli individui. In questa prospettiva, la creatività è l’espressione più tipica dello sviluppo positivo dell’uomo, che è pieno di potenzialità e ha soltanto bisogno che siano tolti gli impedimenti alla sua manifestazione”(2011, p.102).

6. Creatività come tratto di personalità

Spesso, riferendosi ad una persona di nostra conoscenza, o più comunemente ad un artista, si è soliti definirlo come “personalità creativa”. Se si analizza la dimensione della creatività in personaggi celebri, non possiamo esimerci dal vedere in loro che la creatività diviene totalizzante. La creatività diviene la sineddoche di quella personalità.

Probabilmente c’è stato un momento storico (forse più di uno) in cui l’artista era tale, ma in una forma che Morin (1993) definirebbe complessa: lo stesso Leonardo era uomo di lettere, pittore, musicista, ingegnere, inventore, studioso di anatomia umana, e via dicendo. Se poi ci si sofferma al Rinascimento è facile rintracciare figure altrettanto complesse. Prima dell’avvento dell’età moderna e del metodo scientifico di Galileo e Newton, gli intellettuali erano tuttologi del sapere le cui radici affondavano nell’enciclopedismo di medievale memoria. Quindi chiamati ad una creatività trasversale al sapere.

Per comprendere bene se la definizione “personalità creativa” ha senso all’interno di un discorso centrato sulla creatività, o se si tratta di un costrutto di erronea applicazione, lo si può comprendere partendo proprio dalla definizione di personalità.

Gli studiosi che hanno tentato di dare una definizione di personalità sono diversi. Tra i più importanti si ricordano certamente le teorie fattoriali di Cattell e Eysenck; le teorie olistiche di Angyal, Goldstein e Maslow; le teorie psicodinamiche di Freud, Jung, Adler, Reich, Klein, Horney, Fromm. Queste solo per citare le correnti più importanti, ma non sono le uniche.

In estrema sintesi si può definire la personalità come un “insieme di caratteristiche psichiche e modalità di comportamento che, nella loro integrazione, costituiscono il nucleo irriducibile di un individuo che rimane tale nella molteplicità e diversità delle situazioni ambientali in cui si esprime e si trova a operare” (Galimberti, 1992, p.53).

Leggendo questa definizione, parlando di personalità creativa, dovremmo riferirci ad una forma di personalità imperturbabile nelle diverse situazioni. La creatività è certamente connessa all’ambiente, ma il fatto che una persona sia creativa non implica che questa lo sia sempre.

Molti, infatti, sono stati gli studi sulla creatività condotta da psicoanalisti ed esponenti delle psicologie del profondo che hanno affrontato la creatività, ma emblematico è il caso dello studioso Bergler che ha condotto uno studio ventennale sul “blocco creativo” di cui erano “affetti” 36 scrittori.

Al di là delle spiegazioni che Bergler dà a tal proposito, ciò fa comprendere come anche persone riconosciute con una forte personalità creativa possono essere soggette a fattori interni ed esterni, per i quali la vena creativa tende ad inaridirsi o, al contrario, a rinvigorirsi. Dunque è sbagliato parlare di personalità. Forse, riprendendo Cattell, sarebbe più opportuno parlare di “tratto” di personalità. Si potrebbe parlare di “tratto di creatività” o, meglio, di creatività come tratto di personalità.

Il discorso, però, si complica e non poco.

Parlando di tratto ci si riferisce ad una caratteristica stabile e duratura di una persona. Qualcosa che rimane come elemento precipuo della personalità. Il tratto è contrapposto allo stato che è una disposizione psicologica dettata, ad esempio, da una situazione ambientale.

Non vi è dubbio che il tratto di creatività appartenga ad un artista. Tutto sembrerebbe orientare la riflessione sul tratto. Tuttavia, è stato più volte ripetuto che la creatività appartiene a tutti, per cui, scendendo dall’empireo dell’arte e della scienza nella vita quotidiana, probabilmente ognuno manifesta un tratto di creatività.

A proposito dei tratti che contraddistinguono una personalità creativa, Maria Cinque ha costruito una griglia in cui sono annoverati attributi e fattori di inibizione, frutto di una recente ricerca. Scrive Cinque: “per cercare un minimo comune multiplo dei diversi approcci, abbiamo analizzato comparativamente gli attributi della creatività in 18 autori. Da questa analisi è scaturita una griglia di 36 attributi della persona creativa e 29 fattori (individuali) di inibizione della creatività Dall’analisi comparata emergono anche dei paradossi e delle contraddizioni: la creatività è insieme intuizione e metodo, meccanismo inconscio e conscio, è frutto dell’esperienza e, insieme dell’ingenuità, è momento straordinario ma anche processo ordinario, oltre che innata può essere acquisita” (2010, p. 79).

Rinviando per un’analisi più attenta all’articolo citato, i tratti indicati da almeno 10 autori su 18 sono cinque:

1. *disciplina nel lavoro*: spesso si pensa che la creatività sia frutto di sregolatezza, di mancato rispetto delle regole e assenza di protocolli. Se da un lato un’eccessiva rigidità inibisce la dimensione creativa della persona, dall’altro se manca disciplina e coerenza si rischia la confusione. Molti compositori di musica sanno perfettamente che per superare una regola armonica bisogna conoscerla. E non solo: si può essere molto creativi costruendo un nuovo modo di fare musica, come allo stesso modo si può creare una nuova tecnica pittorica (si pensi all’Impressionismo, al Divisionismo, al Dadaismo) con l’applicazione che, nella fattispecie, si traduce in disciplina. Un esempio a me caro è la Dodecafonìa di Schönberg;

2. *motivazione intrinseca*: si può definire come “l’insieme delle sensazioni positive associate al fatto di svolgere bene una attività o un lavoro. Le persone intrinsecamente motivate sono portate ad agire per gusto del divertimento o della sfida comprese nell’obiettivo più che per ricompense esterne,

pressioni o richieste. La motivazione deriva dalle ricompense psicologiche associate al riuscire bene in un compito che piace” (Kreitner e Kinicki, 2008, p.150);

3. *originalità*: si tratta di un forte indicatore della creatività che si manifesta in un prodotto creativo che non è stato spontaneamente replicato da altri;

4. *persistenza*: intesa come la capacità di mantenere alto l’interesse nello svolgimento di un compito creativo in funzione di obiettivi e scopi finali;

5. *propensione al rischio*: è la *conditio sine qua non* di chi crea. Non tutti i processi creativi giungono a buon fine: questo è un rischio; ma è un rischio anche il fatto che un prodotto creativo non venga apprezzato dalla società, salvo poi essere adottato in tempi futuri.

I fattori che, invece, secondo questa indagine inibiscono la creatività, quindi possono essere definiti come tratti anticreativi sono quattro: apatia; mancanza di distinzione tra causa ed effetto; rigidità; timore di percorrere vie non battute.

7. Creatività come processo

Intendere la creatività come processo significa prendere in considerazione una serie di operazioni che partendo da un punto possano giungere ad una conclusione. Il processo è sempre qualcosa che segue un divenire. E la creatività non sfugge a questa logica.

Ma anche nell’ottica di questo paradigma è difficile definire il processo creativo, poiché, malgrado alcune caratteristiche imprescindibili del processo, molti studiosi hanno dato il loro contributo al processo creativo.

Uno dei primi modelli di processo creativo è stato proposto da Wallas (1926) in una pubblicazione in cui esplicita come il processo si componga di quattro fasi: preparazione, incubazione, illuminazione e verifica.

Per preparazione, ci si riferisce alla definizione e allo studio di un problema; così come anche all’osservazione di una situazione. Il processo creativo parte in un certo senso dalla presa di consapevolezza di una situazione o di un obiettivo da raggiungere.

La seconda fase è l’incubazione, intesa come il tempo che intercorre per la soluzione del problema. Si tratta di una sorta di decantazione della situazione per la quale si giungerà ad una soluzione.

L’illuminazione, che è la terza fase, è il momento in cui l’idea emerge. È l’intuizione, è la soluzione che si schiude davanti a noi, è l’esplosione, la riuscita che dev’essere concretizzata.

L’ultima fase è la verifica, cioè il riuscire a comprendere se quanto è stato creato possa aderire al reale ed esprimersi in termini di autenticità, ma, soprattutto, di utilità.

Più recentemente, è stato Jaoui a fornire un modello di processo creativo diviso in quattro fasi. In una pubblicazione del 1990 lo studioso scrive: “le quattro fasi in cui si articola il processo si susseguono secondo quest’ordine cronologico:

una fase d'impregnazione, al contempo attiva e passiva: il creatore riunisce il massimo possibile di dati di osservazioni, di informazioni e le assorbe come una spugna fino a saturazione;

una fase d'incubazione, prevalentemente inconscia. Il soggetto porta in sé l'oggetto della sua ricerca, come una donna l'ovulo fecondato che diventerà l'embrione e, un giorno il «figlio». La differenza è che qui il ciclo di gestazione non è prevedibile e può durare da qualche minuto a qualche anno o più: alcuni inventori sono morti prima d'aver partorito la loro idea ... ;

una fase di parto, che, quando tutto va bene, fa nascere l'idea. Per definirla, si usa il termine illuminazione. La maggior parte degli inventori hanno parlato, infatti dell'evidenza lampante con la quale l'idea è apparsa loro ... ;

una fase di convalida, che viene dopo l'illuminazione, perché resta da verificare che l'idea trovata sia buona. Nel caso di una creazione artistica o letteraria, si tratterà della valutazione estetica dello stesso creatore e del suo pubblico. Nel caso di scoperta scientifica la convalida verrà per ripetizioni di esperienze” (1990, pp. 60-61).

Come si può notare, le fasi descritte da Jaoui ricalcano quelle descritte da Wallas. Ad ogni modo, questi esempi offrono la prospettiva di quello che si intende per processo creativo.

Questi presi in esame sono soltanto alcuni “modelli” frutto di indagini sulla “creatività”. Molte possono essere ancora le riflessioni e decine, o forse centinaia, le fonti da cui attingere per meglio comprendere il rapporto sinonimico e le differenze tra i vari studiosi che pure sono pervenuti a conclusioni ugualmente valide.

L'unico vero dato di fatto è che la creatività rimane a tutt'oggi - e probabilmente lo rimarrà per molto tempo ancora - un costrutto difficile da definire, poiché ugualmente valido anche in relazione a prospettive di ricerca che ne danno una definizione sempre diversa in funzione dei paradigmi adottati. E ciò se da un lato può generare confusione, dall'altro offre ricchezza per gli studiosi interessati a questo costrutto di cui accettano l'impossibilità di una definizione unanime.

Bibliografia

- Abraham K., (1975). “*Giovanni Segantini: un saggio psicoanalitico*”, in *Opere*, Vol. 2, Torino: Boringhieri
- Andreani O. e Orio S. (1972), *Le radici psicologiche del talento. Ricerca su intelligenza e creatività*, Bologna: Il Mulino
- Antonietti A. e Cerioli L. (cur.) (1992). *Sviluppare la creatività infantile a scuola. Un contributo sperimentale*. I.R.R.S.A.E. Basilicata, Potenza
- Antonietti A. e Pizzingrilli P. (2009). *Come sviluppare la creatività nei bambini: le indicazioni di un programma di ricerca*, Synergies Europe, n.4
- Antonietti A., Giorgetti M., Pizzingrilli P., (2011). *Io penso creativo. Valutare e potenziare gli aspetti creativi del pensiero*. Firenze: Giunti O.S.
- Bacci B., (2009). *Filogenesi e ontogenesi della creatività*. Papers, XXIII Valcamonica Symposium.
- Cinque M. (2010), *Agire creativo. Teoria, formazione e prassi dell'innovazione personale*, Milano: FrancoAngeli.
- Cinque M. (2010). *Agire creativo. Teoria formazione e prassi dell'innovazione personale*, Milano: FrancoAngeli.

- Cinque, M. (2010). *La creatività come innovazione personale: teorie e prospettive educative*, *Giornale Italiano della Ricerca Educativa*, 3, pp.95-113
- Cox C. (1926), *The Early Mental Traits of Three Hundred Geniuses*, in *Genetic Studies of Genius*, Vol 2. Stanford University Press.
- Fromm E. (2001). *L'atteggiamento creativo*, in H.H. Anderson (1959) (a cura di), *Creativity and its cultivation*, Harpet& Row, Publishers, New York, trad. it. L. Magliano, *La creatività e le sue prospettive. Relazioni presentate al simposio interdisciplinare sulla creatività promosso dalla Michigan State University (U.S.A.)*, Editrice La Scuola, Brescia, 1975²
- Galimberti U., (2006), “*Atteggiamento*”, in *Dizionario di psicologia*, Roma: Gruppo Editoriale L'Espresso
- Boccia P., (1999), *Psicologia*, M&P Edizioni, Milano, 2008
- Galimberti U., (2010), *Dizionario di Psicologia*, vol. III, Roma: Gruppo Editoriale L'Espresso
- Gardner H., (1993). *Creating minds. An anatomy of creativity seen through the lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham and Gandhi*, trad. it. R. Rini, *Intelligenze creative. Fisiologia della creatività attraverso le vite di Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Gandhi e Martha Graham*, Milano: Feltrinelli
- Gardner H., (1994), *Creating minds. An anatomy of creativity seen through the lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham and Gandhi*, trad. it. R. Rini, *Intelligenze creative. Fisiologia della creatività attraverso le vite di Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Gandhi e Martha Graham*, Milano: Feltrinelli
- Giusti E., Pacifico M., Staffa T. (2007), *L'intelligenza multidimensionale. Per le psicoterapie innovative*, Roma: Sovera.
- Guilford J.P (1974), *Come si misura e come si incrementa la creatività*, in A. Pagnin, S. Vergine, *Il pensiero creativo*, Firenze: La Nuova Italia.
- Guilford J.P. (1977), *La creatività: retrospettiva e prospettiva*, trad. dall'art. *Creativity: retrospect and prospect* in *Journal of creative behavior*, vol. 4, n.3, 1970, pp. 149-169, Creative Education Foundation, Buffalo, New York, 1970 in *La creatività, ricerche Americane presentate da Alain Beaudot*, a cura di A. Beaudot, Torino: Loescher
- Guilford J.P. (1978), *Fundamental Statistics in Psychology and Education*, 3rd ed., 1956; 6th ed., New York: McGraw-Hill.
- Guilford J.P. (1986), *Creative talents. Their nature, usses and development*, Nex York: Bearly Ltd.
- Jaoui H., (1991), *La créativité mode d'emploi*, trad. it. M.R. Pessot, *La creatività: istruzioni per l'uso*, Milano: Franco Angeli, Milano
- Kreitner R. e Kinicki A., *Comportamento organizzativo. Dalla teoria all'esperienza*, Milano: Apogeo
- Mongai M. (2007). *Serendipità, istruzioni per l'uso*, Roma: Robin.
- Morin E. (1993), *Introduzione al pensiero complesso. Gli strumenti per affrontare la sfida della complessità*, Milano: Sperling e Kupfer
- Nussbaum M.C. (2002). *Giustizia sociale e dignità umana. Da individui a persone*. Bologna: il Mulino.
- Peluso Cassese S. e Granato S. (2011), *Introduzione alla psicopedagogia del gioco*, Roma: Edizioni Universitarie Romane

- Popper K. (2005). *La scienza la filosofia e il senso comune*, Roma Armando.
- Rosati L. (2004), *La grande scommessa*, in N. Serio (a cura di), *Le dimensioni della creatività*, Roma: Armando
- Schuler H e Hell B. (2009), *Ask. Test di pensiero inferenziale e creativo*, Firenze: Giunti O.S. Organizzazioni Speciali.
- Sen A. (1985). *Commodities and Capabilities*. Oxford: Oxford University Press.
- Sen A. (2000) *Lo sviluppo è libertà*. Milano: Mondadori.
- Sensini M., (1997). *Gli strumenti linguistici. Per una didattica modulare della lingua italiana*. Milano: Armando.
- Simonton D.K. (1984), *Genius, creativity and leadership*, Cambridge: Harvard University Press.
- Sternberg R.J. (1988), *The Triarchic Mind. A New Theory of Human Intelligence*, New York, Viking Press
- Sterpellone L. (2004). *I grandi della medicina*, Roma: Donzelli.
- Trincherò R, "I costrutti", www.edurete.org, consultato in data 21/09/2013
- Vygotskij L.S., (1933). *Vobraženietvorčestvo v detskomvozraste*, trad. it. A. Villa, *Immaginazione e creatività nell'età infantile*, Roma: Editori Riuniti.
- Wallas G. (1926), *The art of thought*, London: Jonathan Cape.
- Williams F. (1994). *TCD. Test della creatività e del pensiero divergente*, (cur. D. Ianes), Trento: Erickson.
- Ziman J. (2002). *Real Science, What it is, and what it means*, trad. it. E & L. Iori, *La vera scienza. Natura e modelli operativi della prassi scientifica*, Bari: Dedalo

