



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata

Corso di laurea magistrale in Psicologia Clinico-Dinamica

Tesi di laurea magistrale

Creatività tra conscio e inconscio:

l'espressione creativa come atto di conoscenza della realtà

*Creativity between conscious and unconscious:
creative expression as an act of knowledge of reality*

Relatrice

Prof.ssa Elena Antonelli

Dipartimento di Psicologia Generale

Laureanda: Sara Merlini

Matricola: 2014801

Anno Accademico 2022-2023

INDICE

1. Introduzione	pag.3
2. Che cos'è la creatività	pag.5
2.1 Dibattito scientifico sulla creatività	pag.7
2.2 Modelli e interpretazioni teoriche	pag.9
2.3 Uno sguardo psicoanalitico: creatività o nevrosi?	pag.11
3. La personalità creativa	pag.13
3.1 <i>Big Five</i> , motivazione e performance creativa	pag.18
3.2 Jung: creatività e tipi psicologici	pag.21
3.3 Creatività come forma di intelligenza	pag.23
3.4 Gardner: la teoria delle intelligenze multiple	pag.23
4. Il pensiero creativo	pag.26
4.1 <i>L'insight</i> e il pensiero produttivo	pag.26
4.2 Guilford: <i>divergent thinking</i>	pag.29
4.3 De Bono: il pensiero laterale	pag.31
5. L'atto creativo	pag.35
5.1 Il linguaggio metaforico dell'arte e l'Arteterapia	pag.35
5.2 Creatività come ricerca di significato	pag.41
5.3 <i>Mindfulness</i> e consapevolezza	pag.42
6. Conclusioni	pag.46
7. Bibliografia e sitografia	pag.47
8. Ringraziamenti	pag.57

1. INTRODUZIONE

Che cos'è la creatività? Come si manifesta? È una facoltà innata oppure appresa dall'esperienza? L'ispirazione creativa sfugge alla consapevolezza o è una capacità che si può consciamente manifestare nella realtà? Il modo di pensare creativo è utile per affrontare le sfide della vita? Si può imparare ad essere creativi?

Da queste e altre domande origina questo lavoro di ricerca bibliografica, una revisione della letteratura scientifica e dei manuali di approfondimento per fare chiarezza, per quanto possibile, su cosa sia la creatività e come poter utilizzare il potenziale creativo presente in ognuno di noi.

Nel primo capitolo, dopo una riflessione sull'origine della creatività e di come questo costrutto sia cambiato nel tempo, vi è una rassegna dei vari autori di diversi orientamenti scientifici e paradigmatici, che hanno preso in considerazione nelle loro ricerche il pensiero e l'agire creativo, attribuendovi diversi scopi e significati. Segue un approfondimento in ottica psicoanalitica su quanto l'istinto creativo sia stato scambiato come una forma di nevrosi, o addirittura di follia, nel secolo scorso, comparato con la concezione odierna, secondo la quale l'istinto creativo appartiene universalmente a ogni individuo.

Nel secondo capitolo, viene analizzato il rapporto tra creatività e struttura di personalità, sottolineando vari pattern e caratteristiche personali che suggeriscono una maggiore performance creativa. Gli attributi creativi, però, non sono da intendere come tratti stabili e invariabili, ma in costante interazione con l'ambiente circostante, per poter adattare lo "stile creativo" al *problem solving* nel contesto. Viene riportato, poi, uno studio sulla correlazione tra i *Big Five* di personalità, la motivazione e la performance creativa. Segue un'analisi della teoria di Jung sull'espressione della creatività nei vari "tipi psicologici". Infine, viene analizzato il rapporto tra il costrutto di creatività e quello di intelligenza, secondo l'ottica di Gardner e le "intelligenze multiple".

Nel terzo capitolo, si affronta il pensiero creativo, ovvero quello "produttivo" caratterizzato dall'intuizione, in contrapposizione al pensiero "riproduttivo" della logica. Viene spiegato il processo implicito dell'*insight*, che è come un salto di coscienza che permette l'emergere olistico della soluzione a un problema. Seguono gli studi di Guilford sul "pensiero divergente": quello stile cognitivo caratterizzato dall'aprirsi a nuove possibilità tramite un pensiero che diverge dalla consuetudine, dal "pensiero convergente" tradizionale.

De Bono, invece, contrappone il "pensiero verticale" logico-razionale al "pensiero laterale", caratteristico dell'agire creativo e più flessibile e adattabile nell'ottica di trovare sempre nuove soluzioni concrete.

Nel quarto capitolo, infine, viene affrontata la creatività come forma di espressione artistica, il suo linguaggio metaforico, il processo di simbolizzazione, e l'utilizzo terapeutico degli strumenti artistici nell'Arteterapia, volta a favorire la crescita personale, la conoscenza di sé e la motivazione verso il cambiamento, agevolando l'espressione catartica di una condizione di sofferenza per promuovere l'autoefficacia nel contesto di cura. Viene considerata la creatività come fattore che conferisce un significato alla vita, fonte di nuove consapevolezze e autocoscienza sulle proprie esperienze, indagando l'innovativo rapporto tra creatività e *mindfulness*, in quanto la presenza mentale e l'attenzione al presente nel qui e ora aiuta ad avere una visione più aperta e produttiva.

2. CAPITOLO 1 – Che cos'è la creatività

La creatività è un fenomeno enigmatico, in quanto interpretabile da diversi punti di vista. Essa è un costrutto mentale, una caratteristica individuale, un fenomeno sociale, una risorsa in ambito lavorativo e uno strumento di guarigione a sostegno del benessere psicologico.

Riguarda l'essere individui creativi, ma anche produrre atti creativi e artefatti che siano utili rispetto a un compito prefissato, percorrendo strade alternative rispetto alla consuetudine.

Etimologicamente, il termine "creatività" deriva dal verbo latino "creare" (*creo*) = generare, far nascere dal nulla, con accezione immaginativa; e dal verbo greco "kraino" (κράϊνω) = produrre, compiere, realizzare, come azione riferita a "colui che crea" in quanto divinità generatrice.

In questa origine semantica è racchiusa l'essenza dell'attività creativa: non è solo immaginazione e talento, forma in divenire, *essere in potenza*, ma implica anche la capacità di mettere in pratica le idee, nel compierle pragmaticamente, *essere in atto*.

Come riporta Maria Cinque nel suo lavoro di ricerca "*La creatività come innovazione personale: teorie e prospettive educative*" (2010), la percezione della creatività è cambiata drasticamente lungo il corso della storia: dall'essere considerato un atto generativo esclusivo della divinità, a un attributo dell'essere umano pensante e agente sulla realtà. Essa è stata di volta in volta identificata con l'inconscio, le pulsioni, l'intelligenza, la capacità cognitiva, la metacognizione, l'apprendimento attivo, l'autorealizzazione personale.

Una delle ipotesi riguardo questo costrutto è che la creatività sia una capacità individuale con tratti comuni in tutte le sue manifestazioni (dalla produzione artistica a quella scientifica, dalla soluzione di problemi quotidiani alla gestione dei rapporti sociali) che coglie i rapporti tra contenuti mentali in modo nuovo e inusuale. Chi è creativo formula intuizioni non previste dagli schemi di pensiero abituali, le cui caratteristiche fondamentali sono originalità e appropriatezza (Lavazza, Manzotti, 2011).

La creatività, quindi, può essere considerata come la capacità di produrre qualcosa che sia nuovo, originale, inatteso e adeguato, utile, appropriato allo svolgimento di un compito (Sternberg, Lubart, 1996). All'interno dell'attività creativa non sembra individuarsi una concatenazione precisa, bensì un emergere "olistico" del risultato (Koestler, 1964).

Spesso il termine "creatività" viene sovrapposto a "fantasia" "immaginazione" "innovazione".

Dall'inglese, l'aggettivo "*creative*" indica l'uso di quelle competenze (*skills*) necessarie a produrre qualcosa di nuovo o un lavoro artistico (*Oxford Dictionary*, 2002). Quindi, come sinonimo di "produttivo", "inventivo", "fantasioso".

Nel 1970 il creativo era inteso come la figura professionale che elaborava annunci pubblicitari. Oggi il termine viene impiegato più estesamente per definire diverse professionalità, non solo nel settore del *marketing*. Nel linguaggio comune, una deriva del termine “creativo” ha portato a qualificarlo negativamente come contrario alla logica e alla razionalità, e quindi privo di validazione (Cinque, 2010).

Vi è un ampio dibattito riguardo alla forma di pensiero associato alla creatività. De Bono (2015) ritiene che per lo sviluppo di nuove idee sia necessario l’uso del pensiero laterale, che stimola a vedere i problemi da una prospettiva nuova, sostenendo il processo creativo come procedimento da allenare e non come un lampo di genio.

La creatività non è una dote particolare esclusiva per pochi, ma “un modo di vivere e sperimentare l’esistenza, non riproduttivamente ma generativamente, con un amore caratterizzato dalla sollecitudine, dalla responsabilità, dal rispetto e dalla conoscenza” (Fromm, 1941).

Ogni uomo è creativo, poiché in quanto essere umano contiene l’istinto creativo.

La connessione con un’altra anima costituisce il tratto specifico della creatività psicologica (Hillman, 1972). Il nucleo della creatività attinge agli strati più antichi dello spirito umano, in un sapere comune che deriva dalla mitologia e che si tramanda nell’inconscio collettivo, lasciandosi cullare dal linguaggio della fantasia, per raggiungere il fine cui tende ogni essere umano, cioè l’individuazione (Jung, 1952).

Come alleata per la psicoterapia, la creatività aiuta a far emergere vissuti emotivi nascosti, a mentalizzare e superare contenuti traumatici, ad affrontare nuovi lati di sé con consapevolezza e curiosità, a porsi in relazione con l’Altro e con la realtà circostante.

“L’atto creativo di per sé ha un valore simbolico forte: avviene nel buio ed è anzitutto un’illuminazione, ha il potere di fare luce, di rendere le cose più chiare e coscienti”

(Widmann, 2004)

Oggi la creatività non è più considerata come qualcosa di eccezionale, un’ispirazione mistica o una peculiarità elitaria, ma come un elemento quotidiano nella vita di tutti gli individui, risorsa fondamentale a cui attingere nelle diverse occasioni della vita e del lavoro. In una prospettiva più ampia, è considerata un patrimonio comune che può essere sviluppato al fine di una miglior economia individuale e sociale (Cinque, 2010).

2.1 Dibattito scientifico sulla creatività

Il costrutto della creatività è così affascinante ed enigmatico, che si presta facilmente a interpretazioni soggettive. Nel corso dei secoli, infatti, vari autori lo hanno analizzato da varie prospettive e con chiavi di lettura diverse, anche antitetiche tra loro.

I primi studi sulla base biologica ed ereditaria del talento creativo risalgono alla metà dell'Ottocento, in cui il costrutto della creatività veniva ancora assimilato a quello dell'intelligenza, "il genio" (Cinque, 2010). Galton (1865) ipotizzava che alla base delle variazioni nell'intelligenza umana ci fossero processi biologici geneticamente determinati. Il tratto creativo, caratteristica individuale del genio, fu associato alla parte irrazionale della psiche, alle pulsioni, ponendo sempre più l'enfasi sulla somiglianza con la malattia mentale.

Nel contributo di Lombroso "*Genio e follia*" (1894) l'uomo di genio, il criminale e il folle sono accomunati dal loro essere "eccessivi" rispetto alla popolazione generale. All'inizio del Novecento iniziarono a essere considerate anche altre determinanti oltre alle basi biologiche della creatività.

Terman (1925) dimostrò, tramite il suo programma di ricerca per stabilire i fattori che influenzano la creatività e il talento, che non esiste un legame diretto tra quoziente intellettivo e successo in età adulta. Cox (1926) scoprì che i successi di persone che avevano dato un contributo importante nei diversi campi della cultura, politica, arte, scienza non dipendevano dal loro QI ma dalla "persistenza di motivazione e impegno, fiducia nelle proprie capacità e grande forza di carattere".

Per un lungo periodo la creatività fu identificata con l'intelligenza, solo a metà del Novecento le ricerche in questo settore vennero ampliate, per volere dell'allora presidente dell'APA Guilford, che lanciò un appello per lo studio della creatività nella ricerca scientifica. Sternberg (1999) attuò una ricognizione completa sul panorama degli studi della creatività e i vari ostacoli affrontati da questo filone di ricerca, dovuti a un ampio retaggio culturale che considerava la creatività come qualcosa di mistico e non spiegabile razionalmente.

Una delle descrizioni più condivise circa la creatività è il modello delle "4P" di Rhodes (1961):

1. *Person*, persona: come le persone sono creative, come un individuo può essere creativo, le caratteristiche associate alle persone creative.
2. *Product*, prodotto: l'artefatto creativo, cosa rende un prodotto creativo, da cosa è riconoscibile.
3. *Process*, processo: come le persone creano e possono applicare la propria creatività.
4. *Press*, persuasione: il contesto circostante rispetto a persona-prodotto-processo, in cui si manifesta la creatività.

Per anni, quindi, la creatività ha rappresentato un ambito periferico rispetto ai principali interessi della psicologia, focalizzati soprattutto sullo studio dell'intelligenza e sulla sua misurazione (QI). Inoltre, è mancata la definizione di criteri di base e metodi di misurazione. Nella pratica hanno prevalso, infine, approcci unidisciplinari prevalentemente applicativi (creatività come *problem solving*) o con intenti commerciali (*marketing*).

In una visione generale, il vasto dibattito scientifico sulla creatività potrebbe essere organizzato intorno a tre macroaree (Cinque, 2010):

- gli studi e le ricerche di *ambito psicologico e pedagogico*, che includono varie correnti di pensiero (psicoanalisi, comportamentismo, costruttivismo, cognitivismo), con diversi modelli (a fasi, multidimensionali, multifattoriali, ecc.) e differenti approcci (psicometrico, didattico, sperimentale, ecc.);
- l'*analisi psico-sociale*, che ha indagato l'attività creativa in relazione all'ambito e al contesto di realizzazione e che si è occupata anche dei meccanismi di comunicazione e diffusione dell'innovazione;
- le discipline legate all'*organizzazione aziendale*, che hanno analizzato le figure creative nelle scienze del *management* e della comunicazione, con un approccio prevalentemente empirico.

Lo studio del *tratto creativo*, ovvero delle qualità individuali della creatività, è privilegiato nelle ricerche di matrice psicologica e pedagogica; quello del *processo creativo* è adottato negli studi interdisciplinari e nelle scienze sociali; lo studio del *prodotto creativo* è più frequente nelle ricerche di organizzazione aziendale ed economia. Le ricerche sul *tratto* e sul *processo* si concentrano sull'individuo e sul gruppo, mentre quelle sul *prodotto* prediligono l'analisi del livello organizzativo. La maggior parte degli studi recenti si avvale di un approccio empirico (qualitativo e quantitativo), mentre nel passato prevaleva l'interesse teorico.

2.2 Modelli e interpretazioni teoriche

Per quanto riguarda le varie interpretazioni della facoltà creativa nell'individuo, i diversi approcci psicologici l'hanno spiegata in modo diverso, a seconda del background teorico di riferimento (Cinque, 2010).

In *prospettiva psicoanalitica*, la creatività è la capacità di far ricorso a contenuti inconsci o preconsce, la sublimazione o la deviazione della libido, la compensazione di desideri insoddisfatti o la capacità di elaborare conflitti e difficoltà interne (Freud, 1913), attingendo al pensiero sognante della fantasia e alla storia comune dell'umanità (inconscio collettivo), trasformandoli in opportunità di crescita personale per favorire l'individuazione (Jung, 1952).

Per la *psicologia della Gestalt*, il pensiero creativo (o pensiero produttivo) è caratterizzato dall'istantaneità della risposta adeguata, chiamata *insight*, intuizione. L'attenzione alle strutture è ciò che permette al pensiero produttivo di operare una ristrutturazione, ovvero di cogliere nuove proprietà degli elementi del problema, i quali vengono così pensati e utilizzati in nuovi ruoli o in diversa prospettiva (Wertheimer, 1945).

La *psicologia comportamentista* spiega i processi psicologici come un insieme di associazioni tra stimoli e risposte con il supporto di rinforzi, assumendo che l'azione umana sia governata essenzialmente da fenomeni esterni. In questa corrente, gli *psicologi associazionisti* (Mednick, 1962) forniscono una spiegazione della creatività in termini di particolari associazioni tra stimoli e risposte, con una correlazione inusuale tra gli elementi.

La creatività è stata interpretata come *bisociazione* (Koestler, 1964): l'operazione che riunisce due schemi di riferimento, contesti associativi o strutture di ragionamento, che sarebbero normalmente considerate incompatibili; l'individuo creativo è pertanto colui che riesce a operare contemporaneamente su piani cognitivi diversi e a metterli poi in contatto tra loro. Il pensiero creativo è stato definito come pensiero "*bifronte*" o "*gianico*" (Rothenberg, 1979), come la divinità che guardava in due direzioni opposte grazie ai suoi due volti. I prodotti artistici e scientifici si determinerebbero, quindi, nella combinazione consapevole di termini antitetici e apparentemente paradossali.

In contrasto con il comportamentismo, si pongono le *teorie cognitive*: l'individuo cessa di essere considerato un elemento passivo il cui comportamento è plasmato dall'ambiente che lo circonda, per divenire presenza attiva. La creatività viene identificata come soluzione di problemi (*problem solving*). Gli psicologi cognitivisti studiano le abilità cognitive e i costrutti che sorreggono l'attività creativa.

Un ruolo importante è giocato dalla *metacognizione*: l'attività di riflessione e riconoscimento dei propri processi cognitivi. La creatività si sviluppa e si accresce attraverso diversi momenti osservativi e auto-osservativi.

In una visione *personalista* l'attitudine creativa viene considerata come l'espressione del perfetto funzionamento dell'individuo, dovuto al raggiungimento di un *equilibrio* stabile tra le varie componenti comportamentali e i bisogni funzionali. Per Rogers (1954) la molla principale della creatività è la tendenza insita nell'uomo ad attuare le proprie potenzialità. Per Maslow (1962) la creatività è correlata all'autorealizzazione dell'essere umano ottenibile solo con il soddisfacimento dei bisogni fondamentali (la piramide dei bisogni).

Tale visione ha provato a sottrarre la dimensione creativa dalle associazioni con la sofferenza e la patologia tipiche dell'Ottocento nella valutazione del "genio creativo".

La *teoria costruttivista*, infine, mette in relazione lo sviluppo del pensiero creativo con la necessità di un'attiva partecipazione nel processo stesso, in quanto l'apprendimento avviene attraverso l'esplorazione, l'esperienza, la manipolazione della realtà.

2.3 Uno sguardo psicoanalitico: creatività o nevrosi?

Nella tradizione psicoanalitica, essendo la creatività considerata prima di tutto un istinto, uno sfogo delle pulsioni libidiche, sono state spesso evidenziate le differenze e somiglianze tra la personalità artistica e quella nevrotica.

Freud dedica la sua attenzione allo studio del processo creativo, analizzando la produttività artistica e l'applicazione dell'epistemologia psicoanalitica alla stessa. Egli rileva somiglianze tra il contenuto della creazione artistica e quello della psicoanalisi, considerate quasi complementari e reciprocamente utili alla comprensione l'una dell'altra.

Le energie inconscie, socialmente ed eticamente inaccettabili, trovano una valvola di sfogo nella creazione artistica che consente la canalizzazione di tali energie. (De Caroli, 2010)

“vi è un modo di ritornare della fantasia alla realtà, e questo modo è l'arte. Anche l'artista è in germe un introverso, non molto distante dalla nevrosi..”

(Freud, 1915-17)

Essendovi una continuità tra normalità e patologia, è difficile stabilire somiglianze o differenze tra l'individuo “artista” e l'individuo “nevrotico”, la linea di demarcazione tra genialità e follia diventa sempre più labile. Freud assume che, per quanto sia un processo enigmatico agli occhi della psicologia, la persona con talento artistico che ha conflitti con la realtà, riesca a tradurre le sue fantasie in creazioni artistiche anziché in sintomi (1910).

“..al pari del nevrotico l'artista si ritirerebbe in questo mondo della fantasia fuggendo da una realtà che non lo soddisfa; tuttavia, a differenza del nevrotico, egli saprebbe trovare la strada capace di riportarlo coi piedi per terra nel mondo reale. Le sue creazioni, le opere d'arte, sarebbero soddisfacenti fantastici di desideri inconsci, proprio come i sogni..” (1925)

Secondo Otto Rank (1924) la differenza tra l'uomo creativo e la persona “normale” è la volontà di ricerca che non trova soddisfazione nel primo, e la sazia passività nel secondo. Un po' come la pulsione di vita Eros contrapposta alla pulsione di morte Thanatos (Freud, 1920). Essi guardano verso orizzonti diversi, contrapposti: solo pochi avranno il doloroso privilegio di “crescere” e di “creare”.

Nella visione di Trilling (1951), che considera la creatività artistica (nello specifico quella poetica) come un “fatto intrinseco alla costituzione della mente”, la differenza tra il poeta e il nevrotico è che il primo detiene il controllo delle sue fantasie, il secondo ne è posseduto.

Il modo con cui l'artista comunica non può che essere simbolico, mentre la fantasia del nevrotico è di ostacolo ai rapporti in cui la manifesta. L'artista si ritira in un mondo di fantasia, ma può comunicarle e includere gli altri, compiendo una riparazione non solo rispetto ai suoi oggetti interni, ma anche al mondo esterno (Segal, 1952).

La caratteristica più particolare consiste nella spontaneità, riconoscibile negli artisti, ma non solo, in quanto anche gli altri individui possiedono la stessa spontaneità ma non hanno la capacità o la preparazione di esprimersi in modo oggettivo come fa l'artista (Fromm, 1941).

L'istinto creativo è presente in ogni individuo perché è un istinto, è una forza sempre eccessiva che è in grado di creare ma anche di distruggere.

La psiche pone delle limitazioni all'impulso creativo attraverso la rete dei rapporti sociali, che fungono da canali e da contenitori per la "pazzia". Quando esso non viene plasmato da queste modificazioni esterne, e non viene canalizzato, allora la straripante potenza degli archetipi irrompe nella psicosi.

L'essenza della creatività è data dalla coesistenza di questi due aspetti l'uno dentro l'altro in ogni atto, poiché *"ciò che costruisce, nello stesso tempo demolisce, e ciò che va in pezzi, nello stesso tempo ristruttura"* (Hillman, 1972).

3. CAPITOLO 2 – La personalità creativa

Premesso che, per la maggior parte degli autori, l'essere creativi è una facoltà che appartiene a tutti gli individui, svariati studi in letteratura riportano i tratti e le caratteristiche di questo costrutto nel modo in cui si manifestano in ogni individuo.

Nello studio di Selby e collaboratori (2005) vengono analizzate le caratteristiche della personalità creativa e l'interazione con l'ambiente circostante.

Come principio cardine, viene sottolineata l'importanza del contesto in cui un soggetto manifesta la propria creatività, citando la Teoria di Campo di Lewin (1936), che definisce il comportamento umano come una funzione dell'interazione tra l'individuo e l'ambiente. Il contesto di cui una persona fa parte e con cui interagisce, a sua volta è formato dalle altre persone, dalle organizzazioni, dalla presenza o assenza di stimoli, dai ruoli, dalle credenze, dalle attitudini, dalle aspettative, ecc.

Un altro principio alla guida della ricerca di Selby et al. (2005) è il riconoscimento dovuto al dominio affettivo quanto a quello cognitivo nel processo creativo.

Essere creativi non implica solo pensare o utilizzare determinati "strumenti" o "abilità cognitive" per generare nuove soluzioni creative. I processi emotivi e quelli cognitivi devono interagire per permettere di agire in modo creativo, tenendo in considerazione anche la motivazione intrinseca dell'individuo nello svolgere un ruolo, nell'essere proattivo.

Quindi, la creatività non è solo il risultato dell'interazione tra l'aspetto cognitivo e lo stile di personalità, ma anche con le proprie emozioni, con la situazione o l'ambiente circostante.

Una persona che vive in un contesto sicuro per la propria espressività, senza pregiudizi o giudizi negativi sul proprio vissuto, riuscirà a manifestare i suoi istinti creativi lasciando emergere il suo "vero sé" nel processo, aprendosi alla sperimentazione e alla giocosità, all'esplorazione e alla libertà di espressione simbolica (Rogers, 1964).

Da una analisi comparata effettuata da Cinque e collaboratori (2010), sono stati analizzati gli attributi della creatività in 18 autori di approcci diversi, riscontrando in totale 36 attributi della persona creativa e 29 fattori individuali di inibizione della creatività (Tab.1).

Attributi della persona creativa	<i>tot</i>	Fattori individuali di inibizione della creatività	<i>tot</i>
Acutezza di osservazione	5	Affezionarsi alla prima idea	7
Anticonformismo	6	Apatia o acquiescenza	9
Apertura all'esperienza	8	Attaccamento alla routine	7
Apertura al processo primario	6	Diffidenza nei confronti delle intuizioni	8
Autostima	5	Eccessiva delimitazione dei problemi	8
Autonomia	8	Eccessiva fretta di riuscire	5
Capacità di concentrazione	8	Eccessiva preoccupazione per l'opinione altrui	6
Capacità di influenzare/persuadere	5	Eccesso di specializzazione	6
Capacità di pensiero divergente	5	Giudizi affrettati	5
Capacità di sintesi	5	Incapacità di collegare il problema all'ambiente	7
Capacità di utilizzare simboli (astrazione)	5	Incapacità di vedere i problemi da più punti di vista	8
Capacità di pensare per immagini (immaginazione)	7	Incapacità di vedere i rapporti più nascosti	6
Capacità di porre ordine nel caos	6	Mancanza di iniziativa e di intraprendenza	8
Capacità di fare analogie	4	Mancanza di tempo	5
Competenza intellettuale	6	Mancata analisi dell'ovvio	7
Curiosità	7	Mancata distinzione tra causa ed effetto	9
Disciplina nel lavoro	10	Paura del cambiamento	8
Emotività	8	Paura dell'insuccesso	8
Flessibilità	6	Paura delle critiche	8
Fluidità di pensiero	7	Paura di vedersi rubare un'idea	6
Fluidità verbale	6	Porre ai problemi condizioni troppo restrittive	7
Focus di valutazione interno	6	Rigidità	9
Indipendenza di giudizio	9	Riluttanza a cambiare abitudini	7
Individualismo	8	Riluttanza a interrogarsi o a dubitare	7
Integrazione delle contraddizioni	6	Scarsa motivazione e volontà	7
Intuizione	6	Sopravalutazione degli strumenti della logica	6
Motivazione intrinseca	12	Stereotipi ed idee preconcepite	6
Non temere il disordine	8	Tensione, ansia	5
Originalità	10	Timore di percorrere vie non battute	9
Persistenza	12		
Preferenza per la complessità	4		
Propensione al rischio	10		
Sensibilità ai problemi	6		
Tendenza all'esplorazione	5		
Tolleranza all'ambiguità	6		
Valorizzazione del lato estetico	7		

Tab.1 – attributi e fattori individuali di inibizione della creatività (Cinque et al., 2010).

I 18 autori presi in esame sono: Amabile, Barron, Freud, Gardner, Gruber, Guilford, Kirton, MacKinnon, Maslow, Newell, Rogers, Rothenberg, Runco, Simon, Simonton, Sternberg, Torrance, Wallach.

Da questo studio comparato, gli attributi della creatività menzionati dalla maggioranza degli autori (almeno 8/18), sono risultati: apertura all'esperienza, autonomia, capacità di concentrazione, disciplina nel lavoro, emotività, indipendenza nel giudizio, individualismo, motivazione intrinseca, non temere il disordine, originalità, persistenza, propensione al rischio.

I fattori individuali di inibizione della creatività più riscontrati (almeno 8/18 autori) sono invece: apatia o acquiescenza, diffidenza nei confronti delle intuizioni, eccessiva delimitazione dei problemi, incapacità di vedere i problemi da più punti di vista, mancanza di iniziativa e di intraprendenza, mancanza distinzione tra causa ed effetto, paura del cambiamento, paura dell'insuccesso, paura delle critiche, rigidità, timore di percorrere vie non battute.

Treffinger e collaboratori (2002) dopo aver revisionato centinaia di articoli circa la definizione di creatività e le sue caratteristiche, hanno individuato due pattern negli individui creativi: apertura alla novità e ascolto della propria voce interiore (Tab. 2).

Caratteristiche di personalità associate all'apertura, al coraggio di esplorare nuove idee	Caratteristiche di personalità associate all'ascoltare la propria voce interiore
-Sensibilità ai problemi	-Autoconsapevolezza della creatività
-Sensibilità estetica	-Persistenza
-Curiosità	-Indipendenza di pensiero
-Senso dell'umorismo	-Autodisciplina
-Giocosità	-Autodirezione
-Pensiero fantasioso	-Autonomia
-Propensione al rischio	-Sicurezza di sé
-Tolleranza per l'ambiguità	-Riflessività
-Tenacia	-Introspezione
-Apertura all'esperienza	-Locus of control interno
-Adattabilità	-Rifiuto degli stereotipi
-Intuizione	-Energia
-Volontà di crescere	-Laboriosità
-Apertura ai sentimenti	-Dedizione al lavoro
-Indisponibilità ad accettare affermazioni autoritarie senza un esame critico	-Timidezza
-Integrazione degli opposti	

Tab.2 – caratteristiche di personalità associate a due pattern negli individui creativi (Treffinger et al., 2002).

Gli autori descrivono, inoltre, quattro pattern di abilità, disposizioni, stili e caratteristiche personali degli individui creativi. Essi sanno generare idee usando il pensiero divergente e metaforico, scavano più a fondo nelle idee con il pensiero convergente e critico, sono aperti e hanno il coraggio di esplorare le idee, sono disposti ad ascoltare la loro voce interiore.

L'agire creativo implica un atteggiamento di apertura, una tendenza all'interiorizzazione, fiducia in sé stessi e coraggio nel perseguire le proprie idee, considerate importanti a prescindere dagli ostacoli esterni (Rogers, 1964). Quando agiscono creativamente le persone seguono la loro "voce interiore", le loro credenze personali su cosa ne valga la pena o cosa sia giusto fare, piuttosto che essere influenzate da visioni contrarie alla loro.

Esistono, quindi, alcuni tratti di personalità riscontrati più frequentemente in soggetti particolarmente creativi. Essi sottolineano la tendenza di queste persone ad essere intraprendenti, flessibili e aperte mentalmente alle novità, tolleranti dell'ambiguità, un po' sopra gli schemi, noncuranti del giudizio altrui, ma molto motivate nel seguire i propri ideali per esprimersi nella società in cui vivono. Sviluppano, inoltre, una acuta autoconsapevolezza, restando in ascolto dei propri sentimenti e, seppur a volte emotivamente instabili (Stein, 1974), sono capaci di veicolare i propri vissuti in modo efficace e produttivo.

Uno dei tratti peculiari e più intriganti è l'integrazione degli opposti. Apparentemente i "creativi" possono apparire contraddittori, paradossali nel loro modo di pensare e comportarsi. Sembrano ospitare, quindi, entrambe le tendenze introversiva ed estroversiva. Essi sono brillanti, ma anche ingenui. Possono essere divertenti e indisciplinati, ma anche eccezionalmente laboriosi e responsabili. Hanno una grande energia fisica, ma spesso sono tranquilli e a riposo. Possono passare drasticamente da voli pindarici di fantasia a un elevato senso di realtà e pragmatismo. Sono allo stesso tempo umili e orgogliosi dei loro successi.

La loro apertura e sensibilità li espone a una probabilità più elevata di gioire e divertirsi, ma anche di soffrire, riuscendo ad affrontare il dolore con le loro risorse creative (Csikszentmihalyi, 1996).

La maggior parte dei dati di ricerca sulla personalità creativa deriva dall'IPAR (*Institute for Personality Assessment and Research*) dell'Università di California. Negli anni sono stati collezionati grandi quantitativi di dati empirici attraverso interviste e test condotti dagli psicologi a gruppi di architetti, scrittori, matematici, scienziati, inventori, ingegneri, ecc. attraverso metodi psicometrici. Altri dati in letteratura derivano dalle ricerche biografiche, che solitamente offrono una visione più ricca e dettagliata sulle storie di vita delle persone. I self-report e le interviste condotte con alcune persone adulte che manifestano apertamente la propria creatività, indicano che la loro infanzia è stata travagliata, non particolarmente felice: le loro situazioni familiari implicavano sfide e difficoltà, inclusi lutti di genitori o situazioni di privazione dovute a separazioni (Roe, 1952).

Come conseguenza, questi individui potrebbero aver imparato ad adattarsi ricercando modi creativi di superare le avversità. Inoltre, per raggiungere i propri traguardi, nella loro vita sono stati incoraggiati largamente dai genitori o dai mentori nel perseguire i loro interessi, potendo sviluppare così i propri talenti.

Nonostante questa grande quantità di dati di ricerca, fino a qualche decennio fa i tratti creativi venivano considerati come statici, descritti in termini di quantità e punteggi posseduti o meno dagli individui presi in esame.

Solo ultimamente si sta considerando l'importante ruolo dell'ambiente e dell'affettività nella creazione di una personalità creativa e del suo stile di risolvere i problemi. Invece che focalizzarsi su particolari attributi psicologici e sul livello di creatività mostrato, le ricerche sullo "stile creativo" identificano differenze nel modo in cui le persone fronteggiano i problemi che incontrano nell'ambiente, spostando il quesito conoscitivo da "*how much*" a "*in what ways*" la creatività si esprime (Selby, 2005).

3.1 *Big Five*, motivazione e performance creativa

Nello studio di Sung e Choi (2009) è stata esaminata l'interazione tra i “*Big Five*” (Costa & McCrae, 1992) in quanto fattori di personalità (estroversione, gradevolezza, coscienziosità, stabilità emotiva, apertura mentale) e l'orientamento motivazionale degli individui nel modulare la loro performance creativa.

La teoria dei *Big Five* riguarda i tratti di personalità; essendo questi delle disposizioni individuali, numerosi studi hanno indagato le loro implicazioni per il comportamento individuale e la performance, inclusa la creatività (James & Mazerolle, 2002).

Ampliando la teoria dell'interazione fra i tratti, si pensa che l'effetto di un particolare tratto di personalità sulla creatività risulta più forte con la compresenza di un altro fattore che dovrebbe agire da “*booster*”, aumentando la relazione tra quel tratto e la creatività (Barrick et al., 2005). In questo caso, il fattore disposizionale che dovrebbe agire da “*booster*” è la presenza di una forte motivazione, che non interagirebbe direttamente sulla creatività, ma sulle predisposizioni individuali, facendo da mediatrice.

Prendendo in esame ognuno dei cinque fattori di personalità, sono state fatte delle ipotesi circa la loro relazione con la performance creativa:

- *Estroversione*: correlata positivamente alla performance creativa.

L'estroversione si riferisce alla tendenza individuale di essere vivace, entusiasta e ambizioso (Raja & Johns, 2004). La creatività deriva dal comportamento proattivo di una persona, nell'impegnarsi attivamente in un compito o nello sperimentare nuove idee. Le persone estroverse sono entusiaste e curiose anche nella quotidianità, cercando di portare a termine i compiti sempre in modi nuovi e stimolanti. Esse affrontano i problemi invece di evitarli, incrementando così la performance creativa. Invece, le persone che tendono a essere passive e aspettano che qualcuno le stimoli ispirandole, sono meno inclini ad essere creative.

- *Gradevolezza*: correlata negativamente alla performance creativa.

La gradevolezza si riferisce all'essere cortese, affidabile, collaborativo (Goldberg, 1990). Sono persone di indole buona, premurose, pazienti. Esse tendono a tenere in considerazione i sentimenti altrui, evitando il conflitto e le tensioni, con una forte propensione a mantenere l'armonia all'interno delle relazioni interpersonali. Possono avere difficoltà nell'esprimere la propria idea se è diversa da quella condivisa socialmente, o nel comportarsi in modi differenti rispetto a quelli tradizionali. Questa caratteristica si scontra con l'idea di creatività come sfida contro il sapere comune, come tensione verso la scoperta e il nuovo. Per questo, la piacevolezza non è un indicatore strettamente legato alla performance creativa.

- *Coscienziosità*: correlata negativamente alla performance creativa.
La coscienziosità si riferisce al grado in cui gli individui sono determinati, diligenti, tenaci, disposti a impegnarsi per raggiungere risultati (Goldberg, 1990). Questo tratto è il più legato all'esecuzione di compiti assegnati e alla soddisfazione lavorativa. Le persone coscienziose sono così dedite al lavoro intrapreso con efficienza e organizzazione, che difficilmente interrompono il flusso lavorativo per ricercare nuovi stimoli (George & Zhou, 2001). Esse evitano di prendersi dei rischi o di sperimentare perché ciò implica troppa incertezza e rallentamenti inaspettati nel lavoro (James & Mazerolle, 2002; Raja & Johns, 2004). Il focalizzarsi con dedizione su un solo percorso non è predittivo di una buona performance creativa.
- *Stabilità emotiva*: correlata positivamente alla performance creativa.
La stabilità emotiva si riferisce alla misura del grado individuale di calma e sicurezza (Barrick & Mount, 1991). Le persone con un alto livello di essa sono sicure di sé e calme, mentre quelle con un basso livello tendono a essere ansiose, depresse, insicure (Goldberg, 1990). Gli individui stabili hanno una visione positiva di sé, dei propri obiettivi e delle altre persone. La creatività richiede la capacità di integrare efficientemente le informazioni e di trovare un nuovo modo di pensare attraverso il problem solving creativo, che è incentivato dall'aver un atteggiamento calmo e fiducia in sé stessi. Per questo, tali caratteristiche sono necessarie per una performance creativa.
- *Apertura mentale*: correlata positivamente alla performance creativa.
Questo fattore è il più investigato e ha ricevuto un sostegno empirico consistente come predittivo della creatività (George & Zhou, 2001; McCrae & Costa, 1997). L'apertura mentale si riferisce alla misura in cui gli individui sono fantasiosi, di larghe vedute, curiosi, non tradizionali (Mount & Barrick, 1995). Essi sono flessibili nell'accogliere idee innovative, anche se non collaudate o bizzarre; hanno la tendenza a ricercare situazioni sconosciute, che permettano di avere accesso a nuove esperienze e prospettive diverse (Goldberg, 1990). Sono individui pronti a esporsi a una varietà di sentimenti, idee, punti di vista, caratteristica predittiva di una buona performance creativa.

In questa ricerca, oltre alla correlazione tra i *Big Five* e la creatività individuale, viene dimostrato che tale nesso risulta più forte quando vi è alla base una motivazione nel completare il compito.

La motivazione implica energia, avere una direzione, persistenza, che sono tutti aspetti di una attivazione personale intenzionale. Esistono due tipi di motivazione: intrinseca ed estrinseca.

La motivazione intrinseca si riferisce a una inclinazione naturale verso la competenza, l'interesse, l'esplorazione, che rappresenta una fonte fondamentale di divertimento e vitalità (Csikszentmihalyi & Rathunde, 1993). Con la motivazione intrinseca gli individui sottostimano i rischi perché li trovano interessanti e perché traggono soddisfazione dallo svolgere i compiti da soli (Gagne & Deci, 2005).

La motivazione estrinseca si riferisce a una inclinazione individuale ad eseguire i compiti per ottenere delle conseguenze, come ricompense materiali o verbali (Ryan & Deci, 2000).

I risultati dello studio sperimentale hanno dimostrato che, tra i *Big Five*, l'estroversione e l'apertura mentale sono i fattori che hanno maggiormente un effetto positivo sulla performance creativa; questa relazione aumenta se la persona possiede una forte motivazione estrinseca.

La gradevolezza, invece, è un fattore predittivo della performance creativa solo se la motivazione estrinseca della persona è bassa.

In questa cornice teorica, sono stati ulteriormente implementati i modi con cui le caratteristiche di personalità e la motivazione lavorano insieme per produrre il comportamento individuale. Tuttavia, sono stati presi in considerazione i fattori disposizionali senza tenere conto dei fattori situazionali del contesto.

3.2 Jung: creatività e tipi psicologici

Il costrutto della creatività nelle varie teorie di personalità viene analizzato nel lavoro di ricerca di Woodman (1981), in cui egli approfondisce anche il pensiero di Jung al riguardo.

Jung postula due tipi di creatività (Jung, 1933, 1966; Slochower, 1974). La prima è di tipo “psicologico”, che ha a che fare con i materiali tratti dalla dimensione della coscienza e dell’esperienza umana. La seconda è di tipo “visionario”, che deriva dall’inconscio.

Descrivendo la creazione artistica, Jung divide queste due tipologie di creatività in “arte simbolica” dell’inconscio collettivo dell’umanità e “arte sintomatica” dell’inconscio individuale del singolo.

I prodotti e le idee creative non dipendono solo dall’inconscio, ma anche dall’interazione con la parte conscia. È necessaria energia psichica per portare in superficie i materiali inconsci: la “funzione di trascendenza” media tra il conscio e l’inconscio nel processo creativo (Stein & Heinze, 1960).

Jung si pone di fronte al problema della conoscibilità del fenomeno creativo e della vita con un atteggiamento di ammirazione nei confronti della profondità del “significato” e di accettazione dell’umana incapacità di penetrare la vita “intima” delle cose, ritenute come intrise di significati “altri” da quelli che risultano visibili all’occhio umano.

*“Ogni reazione a uno stimolo può essere spiegata causalmente;
ma l’atto creativo, che è in assoluto l’antitesi della semplice reazione,
sfuggirà per sempre alla comprensione umana”*

(Jung, 1933)

Nella forma con cui si manifesta la coscienza, vi è la definizione di “tipo psicologico”: un modello, un esempio che riproduce in un modo caratteristico la natura di una specie o di una classe in generale (Jung, 1923).

Inizialmente, la descrizione dei tipi psicologici era focalizzata sull’introversione ed estroversione, come attitudini complementari nell’approcciarsi all’ambiente e alla propria energia personale. L’idea è che un tipo di atteggiamento esteriore (estroverso o introverso) sia bilanciato da un livello di pensiero inconscio opposto.

Chi appartiene al polo introversivo trae energia dall’ambiente verso la propria interiorità; egli è più focalizzato sui concetti, sugli ideali, sull’esperienza interiore; è incline a riflettere prima di pensare ed esprimersi. Chi appartiene al polo estroversivo, invece, direziona la propria energia dall’interno verso l’esterno, nell’ambiente; è interessato ad agire, a interagire con le persone, a socializzare con il contesto (Myers et al., 1998).

La dimensione cosciente dell'agire si basa su due concetti fondamentali: l'atteggiamento (ovvero la propensione all'estroversione o all'introversione) e le funzioni (sensazione-intuizione e pensiero-sentimento).

Le due funzioni mentali opposte sono:

- Le funzioni percettive: sensazione (*Sensation*) e intuizione (*Intuition*).
- Le funzioni di giudizio: pensiero (*Thinking*) e sentimento (*Feeling*).

Jung sostiene che in ogni individuo vi sono una funzione primaria dominante e una ausiliaria.

Ognuna delle funzioni mentali ha uno scopo:

- *Sensation*: percepire la realtà senza porre giudizi di valore.
- *Intuition*: cogliere gli aspetti inconsci inspiegabili della realtà.
- *Thinking*: stabilire il significato di un evento attraverso la logica.
- *Feeling*: valutare il valore positivo o negativo di ciò che accade.

Vi sono otto categorie di tipi di personalità, che derivano dall'incrocio delle funzioni:

il tipo sensoriale-estroverso, il tipo intuitivo-estroverso, il tipo pensiero-estroverso, il tipo sentimentale-estroverso, il tipo sensoriale-introverso, il tipo intuitivo-introverso, il tipo pensiero-introverso, il tipo sentimentale-introverso.

Nonostante alcuni tipi psicologici siano più inclini a essere creativi rispetto ad altri, nessuna di queste personalità ha il monopolio sulla creatività.

Le persone possono essere differenziate psicologicamente, ma avere la stessa capacità di utilizzare la fantasia e l'immaginazione per direzionare la propria energia all'esterno o all'interno in modo creativo.

3.3 Creatività come forma di intelligenza

Nella metà del Novecento il presidente dell'APA Joy Paul Guilford, dati i numerosi studi e teorizzazioni sull'intelligenza, proclamò la necessità di studiare scientificamente anche la creatività. Egli ipotizzò che essa fosse un costrutto diverso dall'intelligenza, e che occorreva stabilire un insieme di misurazioni atte a rilevare quali individui avessero potenzialità creative.

Gli psicologi, a seguito di dibattiti e sperimentazioni, giunsero alla conclusione che la creatività e l'intelligenza non sono la stessa cosa, in quanto tra esse c'è un rapporto curvilineare (Barron & Harrington, 1981) ma non di stretta correlazione: intelligenza psicométrica e creatività psicométrica sono indipendenti (Gardner, 1993).

3.4 Gardner: la teoria delle intelligenze multiple

Gardner (1983) ipotizza che non vi sia un solo tipo di intelligenza innata, unica, fissa, ma che vi siano numerose facoltà o intelligenze interattive tra loro, responsabili di elaborare e processare le informazioni provenienti dalla realtà circostante, di eseguire e svolgere diversi compiti.

La creatività, al pari dell'intelligenza, può manifestarsi nell'elaborazione di nuovi prodotti, nella formulazione di interrogativi originali, nella soluzione di problemi. Il ruolo della cultura è fondamentale nel definirle all'interno del contesto di appartenenza (Solomon, 1999).

A prescindere dall'innovazione, le attività creative sono riconosciute come tali solo quando sono già state accettate in una particolare cultura, senza limiti di tempo.

Non esiste nulla che sia creativo in sé e per sé: la creatività è un giudizio per sua natura sociale e culturale. Tutto quello che si può dire di un'entità prima che sia stata valutata dalla comunità è che essa è "potenzialmente creativa".

A pronunciarsi circa la creatività deve essere una porzione rilevante di membri della comunità o cultura di appartenenza, in modo multidisciplinare (Gardner, 1983).

L'approccio di Gardner alla creatività ha tratto ispirazione principalmente dai due approcci psicologici della tradizione psicométrica e della prospettiva cognitiva, ma anche dall'approccio complementare che privilegiava le componenti non cognitive dell'individuo, i vari aspetti di personalità e motivazione.

Gardner propone che gli esseri umani possiedano sette diversi tipi di facoltà/intelligenze:

- *Intelligenza linguistica*: l'abilità di comunicare e significare l'esperienza attraverso il linguaggio; riconoscere le strutture linguistiche in tutte le forme, il ritmo e il suono del linguaggio (es: editori, artisti rap, poeti).
- *Intelligenza logico-matematica*: l'abilità di usare, apprezzare, riconoscere le relazioni astratte tra gli elementi, riconoscere schemi logici o numerici (es: matematici, scienziati).
- *Intelligenza musicale*: l'abilità di comunicare e creare significati tramite il suono, di produrre e capire il ritmo e il timbro sonoro (es: pianisti, compositori).
- *Intelligenza visuo-spaziale*: l'abilità di percepire, usare e trasformare informazioni visuali e spaziali, di creare immagini mentali precise (es: piloti, scultori, marinai).
- *Intelligenza corporeo-cinestetica*: l'abilità di usare il proprio corpo per produrre un movimento, esprimendosi attraverso esso, saper manipolare abilmente gli oggetti (es: ballerini, chirurghi, carpentieri).
- *Intelligenza interpersonale*: l'abilità di riconoscere e distinguere tra i propri sentimenti e motivazioni e quelli degli altri, di essere sensibili ai bisogni, ai vissuti delle altre persone e saper interagire con loro (es: psicoterapeuti, insegnanti, attori).
- *Intelligenza intrapersonale*: l'abilità di crearsi un'immagine di sé, di comporre modelli mentali, di utilizzare la propria conoscenza per guidare il comportamento (es: scrittori, religiosi).

In seguito, aggiunge alla sua classificazione altri due tipi:

- *Intelligenza naturalistica*: l'abilità di distinguere schemi nella natura, classificare gli oggetti, costruire modelli ambientali, avere sensibilità verso il mondo naturale (es: biologi, astronomi, botanici).
- *Intelligenza esistenziale*: l'abilità di orientarsi rispetto alle problematiche esistenziali, in particolare alle dimensioni che concernono il significato dell'esistenza, la vita e la morte (es: filosofi).

Le intelligenze multiple sono presenti in ogni individuo in grado diverso, ciò le rende caratteristiche peculiari della specie umana ma allo stesso tempo fattori di differenziazione tra gli individui.

Ogni tipo di intelligenza, inoltre, ospita diversi tipi di creatività.

Secondo Gardner (2006), l'atto creativo non è un "fuoco di paglia", non è un evento isolato. La creatività evoca uno stile di vita, si identifica in un atto di singolarità, ma richiama una forma mentis e non tanto una combinazione di tecniche. La persona creativa è tale in un determinato campo di attività, che coincide con il suo modo di manifestare un tipo di facoltà/intelligenza in quel contesto; ciò risulta in diretto contrasto con i test psicometrici, secondo cui la creatività sarebbe un tratto generalizzato. I vari campi in cui un individuo opera, possono essere rimodellati per effetto di una svolta creativa.

Gli individui manifestano regolarmente la loro creatività, in più ambiti della loro vita; non è possibile che una persona possa avere un'unica esplosione di creatività nel corso della sua esistenza.

Il fine della personalità creativa è di "*estendere la conoscenza, scompigliare i contorni di un genere, guidare un insieme di pratiche verso nuove, impreviste direzioni..*" (Gardner, 2006).

4. CAPITOLO 3 – Il pensiero creativo

La creatività è la capacità di unire abilità logiche e analogiche ed è orientata a capire, interpretare, ma soprattutto produrre risultati positivi. Il pensiero creativo è una maniera di osservare il mondo cogliendo dettagli rilevanti e facendo domande non ovvie (Cinque, 2010).

Nello studio di Lavazza e Manzotti (2011) la creatività viene presa in esame in quanto punto di contatto tra consapevolezza e non consapevolezza, tra il “pensiero produttivo” dell’intuizione (Legrenzi, 2005) e il “pensiero riproduttivo” della logica.

Nell’approccio al mondo circostante e alla risoluzione dei problemi vi sono alcune differenze dicotomiche: intuizione e analisi, pensiero implicito ed esplicito, pensiero olistico e ragionamento seriale. La creatività si pone al confine tra l’attività esplicita seriale cosciente e quella implicita inconscia parallela.

4.1 L’*insight* e il pensiero produttivo

Quando si parla di attività creativa ci si riferisce solitamente al tipo di pensiero “produttivo”, che è caratterizzato dall’intuizione o *insight* (Wertheimer, 1945). Vi è spesso confusione e slittamento di significato tra creatività e intuizione creativa.

Nato nell’ambito della Psicologia della Gestalt, l’*einsicht* – termine tedesco di *insight* – viene tradotto come intuizione, illuminazione, “capacità di vedere dentro”. Esso indica una ridefinizione del sistema da parte del soggetto, la percezione diretta di un oggetto senza la mediazione di una conoscenza discorsiva, una reinterpretazione della situazione nel suo complesso, una riconfigurazione dello spazio del problema, delle sue relazioni. Implica la capacità di “vedere dentro” un problema, coglierne i rapporti funzionali e procedere a un atto cognitivo di ristrutturazione, attuando un “salto” verso la soluzione, che prescinde, in parte, dalle strategie apprese fino a quel momento (Kohler, 1917-1925). La soluzione di un problema deriva dalla chiarificazione della sua struttura, che mette nella condizione di “vedere” la soluzione giusta o la “buona forma” relativa a quel problema (Wertheimer, 1945).

L’*insight* o intuizione, si configura come “l’emergere olistico” del risultato (Koestler, 1964), l’apparire improvviso alla coscienza della soluzione a un problema cognitivo: un “salto” che chiude il *gap* tra lo stato iniziale, dove ci si trova, e l’obiettivo, la soluzione, dove si vorrebbe arrivare, in assenza di regole predeterminate su come effettuare tale percorso (Haynes, 1989).

Si tratta di un *gap* che non è sempre colmabile ricorrendo alle categorie del pensiero esplicito, l'*insight* avviene al di fuori del controllo esplicito della coscienza e compie una sorta di salto epistemico che supera i limiti delle risorse logiche e linguistiche disponibili.

Sono stati identificati quattro stadi dell'intuizione creativa (Sandkuhler & Bhattacharya, 2008):

1. *Impasse mentale*: l'incapacità di abbandonare una rappresentazione inadatta del problema. Può condurre gli sforzi in una direzione disfunzionale e impedire nuove interpretazioni oppure a un blocco temporaneo nel recupero delle informazioni. Focalizzarsi eccessivamente su indizi sbagliati o irrilevanti può impedire di vedere nuove soluzioni ovvie.
2. *Ristrutturazione*: il processo attraverso cui si supera l'*impasse*, spostando l'attenzione da una rappresentazione fuorviante del problema a quella corretta. È resa possibile da due processi riguardanti la conoscenza interna disponibile o gli elementi esterni: la ricombinazione automatica e inconscia di elementi informativi nella memoria a lungo termine (Ash & Wiley, 2006; Bowden & Jung-Beeman, 1998) o il processo controllato, conscio, di intensa attenzione verso gli elementi esterni (Kaplan & Simon, 1990).
3. *Comprensione profonda*: l'*insight* è percezione più appropriata e intuitiva del problema e della sua soluzione.
4. *Subitanità*: l'*insight* è vissuto come spontaneo e improvviso, senza avvisaglie della sua comparsa.

I processi coinvolti nella creatività hanno caratteristiche diverse da quelli impiegati nel pensiero razionale sequenziale e linguistico tipico della mente cosciente.

Nei risultati creativi frequentemente si ha una comparsa improvvisa di una soluzione a lungo cercata consapevolmente. Quando l'attenzione cosciente e i processi cognitivi volontari sono orientati ad altri compiti, la nostra mente continua a lavorare su un problema e proprio per questo, utilizza meccanismi cognitivamente e anatomicamente diversi (Lavazza e Manzotti, 2011).

La necessità di ricorrere a meccanismi inconsci è dovuta alla scarsa capacità e alla serialità meccanica dell'elaborazione consapevole. La conoscenza pregressa e il pensiero cosciente possono essere un ostacolo alla risoluzione di un problema (De Bono, 1968; Frensch & Sternberg, 1989; Schooler & Melcher, 1995) dato che inducono il soggetto a considerare solo elementi e associazioni già noti nello spazio concettuale. Al di fuori della consapevolezza, possono essere portati a termine quei processi di "incubazione" dei dati che permettono l'*insight* creativo. L'"incubazione" avrebbe successo in quanto conduce all'elaborazione spontanea, sfumando i limiti della modalità conscia.

Spontanei *insight* si avrebbero quando il sistema attentivo non seleziona i contenuti della coscienza, permettendo ai pensieri inconsci, che sono più "casuali", inconsueti e non filtrati, di essere rappresentati nella memoria di lavoro.

La qualità degli *insight* dipende a sua volta dalla conoscenza acquisita: se nella memoria a lungo termine non vi sono informazioni pertinenti, esse non possono essere portate nella memoria di lavoro durante i momenti di “attenzione rilassata”.

A livello cerebrale (Limb & Braun, 2008), negli stati di improvvisazione creativa spontanea avviene una disattivazione delle porzioni laterali della corteccia prefrontale insieme a un’attivazione focale della corteccia prefrontale mediale. Intrinsecamente al processo creativo, quindi, si avrebbe una dissociazione cognitiva: la produzione di nuovo materiale sembra avvenga fuori dalla consapevolezza e al di là del controllo volontario. L’improvvisazione creativa è, quindi, associata a una “attenzione rilassata”, senza focus, libera di fluttuare e in grado di produrre associazioni spontanee non programmate, oltre che *insight* improvvisi.

Il pensiero produttivo (Rocchi, 1998) è un pensiero plastico e sciolto, che, grazie a una comprensione profonda derivante dal considerare i problemi come strutture unitarie, riesce a produrre nuove organizzazioni del campo, “liberandosi dalle fissazioni preliminari” (Wertheimer, 1945). Tipico di un pensiero “non produttivo” irragionevole e cieco, è l’aver “fissazioni preliminari”, rimanere inchiodato a una vecchia concezione per pura perseverazione ed abitudine: caratteristiche presenti nel comportamento delle persone che preferiscono utilizzare vecchie strutture di conoscenza facilmente accessibili in memoria, anziché ricercare e analizzare i nuovi dati delle situazioni (Rocchi, 1998).

Esiste, però, in letteratura, un’altra concezione della creatività, non soltanto come improvviso *insight*. Essa può anche essere il risultato di un deliberato e metodico *problem solving* (Boden, 1998; Sternberg & Lubart, 1999; Weisberg, 1999). Il lavoro creativo può essere l’esito di un lungo processo di prova ed errore, di costruzione progressiva, di valutazione razionale, non per forza soggetto a improvvise ristrutturazioni intuitive.

4.2 Guilford: *divergent thinking*

Guilford (1950) ha messo a punto un modello sulla struttura dell'intelletto, che evidenzia i fattori che costituiscono l'attività mentale. Uno di questi fattori è formato dalle operazioni mentali, cioè dalle attività compiute dal pensiero sulle informazioni. Le operazioni mentali rilevanti nel processo creativo sono quelle produttive, cioè quelle che generano nuove informazioni da informazioni già note e impresse nella memoria. Le operazioni mentali produttive riguardano due tipi di pensiero: quello *divergente*, in cui si pensa in direzioni variate e differenti rispetto alla linearità comune in cui si ricercano le alternative logiche, e quello *convergente*, in cui il pensiero può e deve condurre a una risposta giusta, o alla risposta riconosciuta come la migliore, o alla risposta convenzionale; in questo caso si ricercano gli imperativi logici (Rocchi, 1998).

La nozione di pensiero divergente coincide, nella formulazione di Guilford (1950), con quella di pensiero creativo. L'autore, infatti, ipotizza che la maggior parte delle abilità personali che si possono definire creative utilizzino come operazione preferenziale quella del pensiero divergente.

Secondo Guilford, la creatività dipende da certe abilità personali che consentono, all'individuo che le possiede, di esibire comportamenti creativi. Il fatto che un individuo che ha queste abilità produca o meno risultati creativi "dipenderà dall'azione dei suoi tratti motivazionali e temperamentali" (Guilford, 1950).

Si è parlato di pensiero creativo in termini di "apertura" e "divergenza" (Guilford, 1950, 1967) in quanto contrapposto al pensiero "convergente". Guilford (1968) descrive il processo del pensiero divergente come un modo attraverso cui le idee sono prodotte e differenziate nel pensiero, che si muove in varie direzioni che "divergono", sono originali, diversamente da quelle che "convergono" al modo di pensare consueto.

Il pensiero divergente (Lavazza & Manzotti, 2011) è individuato da:

- *Fluenza*: legata al numero di idee differenti che un soggetto è capace di produrre.
- *Flessibilità*: riferita alla varietà di idee prodotte.
- *Originalità*: determinata dal grado di innovazione delle idee.
- *Elaborazione*: connessa alla ricchezza dei dettagli delle nuove idee.

Questo tipo di pensiero è ritenuto capace di liberare dagli schemi convenzionali e di aprire nuovi percorsi verso risposte inusuali o associazioni inesplorate. Si hanno, così, più soluzioni possibili, si procede da diversi punti di partenza e si compiono cambi di direzione che portano a risposte multiple, potenzialmente tutte corrette e appropriate alla situazione (Lavazza & Manzotti, 2011).

Nello studio di Rocchi (1998) sono elencate le abilità particolari che caratterizzano il “*divergent thinking*” nelle persone creative (Guilford, 1950):

- *sensitivity to problems*: la sensibilità ai problemi, una sorta di fiuto per la discrepanza, che induce le persone che la possiedono a non passare sopra alle incongruenze, anche se piccole, ma a fermarsi e a cercare spiegazioni;
- *fluency factor*: la fluidità, cioè la capacità di produrre, in una determinata unità di tempo, una grande quantità di idee;
- *flexibility of mind*: la flessibilità, cioè la capacità di una persona di modificare, se necessario, la situazione, e di condurre una attività di ricerca o di elaborazione anche in ambiti inconsueti;
- *synthesizing and analyzing ability*: l’abilità di sintesi e di analisi, la capacità, da un lato, di organizzare le idee entro modelli generali, entro strutture inclusive e, dall’altro, di rompere le unità date per analizzarle minuziosamente in tutti i particolari;
- *reorganization or redefinition of organized wholes*: la riorganizzazione o ridefinizione di totalità organizzate, cioè la capacità di trasformare la funzione di un oggetto o di reinterpretarlo rispetto all’uso che se ne può fare;
- *complexity*: la complessità, cioè il grado di “intricatezza” delle strutture concettuali, quante idee interrelate una persona può tenere in mente allo stesso tempo.

Il pensiero divergente è caratteristico delle persone creative e anche di forme di creatività artistica (Gibson et al., 2009). Si è poi distinto (Boden, 2004) tra idee che sono psicologicamente creative - in cui la novità appartiene alla singola mente che le ha elaborate - e idee che sono storicamente creative - in cui la novità appartiene all’intero genere umano. Il pensiero convergente, invece, mira a una singola soluzione corretta al problema, utilizzando la logica per trovare una risposta ortodossa e per stabilire se sia giusta o sbagliata in modo univoco.

La vita sociale, con le sue esigenze, porta a una propensione per il pensiero convergente, che viene interiorizzato a spese di quello divergente; siamo, in qualche misura, plasmati dall’abitudine.

La produzione divergente richiede un’impostazione mentale aperta anziché chiusa, flessibile anziché rigida, fluida anziché contenuta, elaborata anziché semplificata (Lavazza & Manzotti, 2011).

4.3 De Bono: il pensiero laterale

Il “pensiero laterale” è stato coniato da De Bono (1968), che nei suoi scritti lo ha analizzato definendolo come il processo d’uso delle informazioni per conseguire la creatività e la ristrutturazione intuitiva. Il pensiero laterale non è una nuova formula magica, ma semplicemente un diverso e più creativo modo di servirsi dell’intelletto. Esso è utile soprattutto nel *problem solving* e nella generazione di nuove idee, ma non resta confinato a questo perché è parte essenziale del pensiero in generale (De Bono, 2000; 2015).

La mente è un sistema modellizzante: crea modelli dalle informazioni dell’ambiente e poi li riconosce usandoli, fondando la sua efficacia su di essi. Allo scopo di aggiornare i modelli e, quindi, di migliorare l’uso delle informazioni in essi contenute, occorre un meccanismo per la ristrutturazione intuitiva. Questo meccanismo non può essere fornito dal pensiero logico, che opera per mettere in relazione concetti comunemente accettati, ma non per ristrutturarli. Questo tipo di sistema di elaborazione delle informazioni esige il pensiero laterale per determinare la ristrutturazione intuitiva. Le funzioni del pensiero laterale di stimolo e di messa in discussione sono entrambe orientate verso tale obiettivo.

Il pensiero laterale viene comparato al pensiero verticale, ovvero quel tipo di procedimento mentale che si serve della logica. Di fatto, i due procedimenti sono necessari e complementari: l’impiego del pensiero laterale è indispensabile in quelle situazioni problematiche che il pensiero verticale non è stato in grado di risolvere, per trovare una soluzione migliore rispetto al contesto di riferimento o per generare idee nuove. Talvolta una situazione non è problematica in sé, ma solo a causa dell’aspetto da cui la si considera.

Il pensiero laterale opera in una fase precedente rispetto al pensiero verticale. Il pensiero laterale viene utilizzato per ristrutturare il modello percettivo - che è il modo con cui si considerano le informazioni di una situazione - e il pensiero verticale, poi, accetta quel modello percettivo e lo sviluppa. Il pensiero laterale è generativo, il pensiero verticale è selettivo. Lo scopo di entrambi è l’efficacia.

L’autore utilizza la metafora della miniera (De Bono, 2000): il pensiero verticale è quello che, guidato dalla logica, sprofonda sempre di più nello scavo già in attività, il pensiero laterale invece tenta nuovi scavi altrove. Si è riluttanti ad abbandonare a metà uno scavo, sia perché è costato sforzi che andrebbero perduti, sia perché è più agevole proseguire un lavoro in corso anziché arrovellarsi intorno ad altri progetti, impegnativi dal punto di vista pratico. Il pensiero verticale ha bisogno di partire da una struttura base accettata come valida, che potrà venire ampliata o modificata nel corso dell’indagine. Questa indagine porterà forse alla correzione della struttura ma difficilmente ispirerà una soluzione del tutto originale.

La logica ha per sua natura l'esigenza di controllare e collaudare il pensiero in ogni sua fase.

Il pensiero laterale, invece, non richiede sempre la consequenzialità: ciò che interessa è la conclusione finale sia esatta e adatta alla situazione. Nel pensiero verticale la logica guida il pensiero, nel pensiero laterale lo serve. Lo scopo della logica non dovrebbe essere quello di arrivare a delle conclusioni, quanto quello di esaminare la loro validità a posteriori. Quando il pensiero verticale riesce ad arrivare a un risultato, non sentirà più il bisogno di cercare un'altra via più diretta. Col procedimento laterale, invece, la via migliore per raggiungere la meta va ricercata dopo averla raggiunta, e poiché il pensiero laterale non è impegnato ad attenersi a un determinato itinerario, gli è possibile trovarne uno migliore.

I temi fondamentali del pensiero laterale sono:

- I limiti del pensiero verticale come metodo di ricerca di idee nuove.
- L'impiego dei procedimenti laterali per l'acquisizione di idee nuove.
- La creazione di idee nuove semplici, valide, pratiche come obiettivo del pensiero laterale.

Il pensiero laterale è indispensabile a causa dei limiti intrinseci del pensiero verticale.

Alcune di queste limitazioni derivano dal bisogno del pensiero logico di essere conseguente in tutte le fasi dell'indagine e dalla necessità di trovare una definizione esatta per ogni cosa. Il pensiero verticale classifica tutto, non lascia alcun margine all'indeterminatezza, ricerca prevalentemente i criteri di separazione tra le cose; il pensiero laterale, invece, le accosta, unisce le varie associazioni, crea nessi e legami.

Il pensiero verticale si mette in moto solamente se esiste una direzione verso cui muoversi, il pensiero laterale si mette in moto allo scopo di generare una direzione. Il pensiero verticale è analitico e selettivo, il pensiero laterale è produttivo e stimolatore. Il pensiero verticale è consequenziale, il pensiero laterale può procedere a salti. Il pensiero verticale è un processo finito, il pensiero laterale è di tipo probabilistico. Con il pensiero verticale è necessario essere nel giusto a ogni passo del procedimento logico e si formulano giudizi immediati, mentre con il pensiero laterale può essere necessario sbagliare e ci si astiene dai giudizi immediati, per consentire alle informazioni di interagire e generare nuove idee (De Bono, 2015).

Chi si serve del pensiero verticale ha bisogno di sentirsi saldamente in equilibrio su ciascuna parola che utilizza, riconoscendone la stabilità e l'univocità. Chi usa, invece, il pensiero laterale può sfiorare una parola appoggiandovisi sopra solo un attimo, prima di proseguire la corsa verso nuove vie inesplorate.

*“La fluidità del possibile non impedisce l'emergere di idee nuove,
come invece fa la rigidità dell'essere”*

(De Bono, 2000)

Lo schema d'azione del pensiero laterale può essere articolato su quattro principi operativi, tra cui esistono sovrapposizioni:

1. L'identificazione delle idee dominanti o polarizzanti.
2. La ricerca di nuovi metodi d'indagine della realtà.
3. L'evasione dal rigido controllo esercitato dal pensiero verticale.
4. L'utilizzo dei dati del "caso" e delle circostanze fortuite.

Chi si serve del pensiero laterale si guarda in giro e si pone domande in libertà. Ci sono tante cose che si possono notare solo per il piacere di notarle, senza nessun tentativo di spiegarle subito, di classificarle e organizzarle razionalizzandole. Grazie a questa larghezza e liberalità di recezione diventa possibile abbracciare tutte le nozioni che si presentano, permettendo al caso di collaborare all'elaborazione di nuove idee.

Il caso riguarda gli eventi fortuiti, ciò che si verifica al di fuori di ogni intenzionalità. Esso è in grado di fornire occasioni di cui difficilmente ci si accorgerebbe. Quindi, il ruolo del caso consiste nell'offrire occasioni determinanti alla soluzione di un problema. Per facilitare il suo intervento esistono alcuni metodi, tra cui il gioco libero da schemi, il *brainstorming* di idee, l'osservazione dell'ambiente circostante alla ricerca di nuovi stimoli, le libere associazioni tra concetti più disparati. Questi metodi facilitano l'affiorare di nuove idee e nuove associazioni, costituendo il "pensiero produttivo".

Con una migliore padronanza del procedimento laterale, le informazioni offerte dal caso, le associazioni di idee nuove diventeranno sempre più producenti. Il contributo del caso non sarà mutato, ma migliorata sarà l'abilità di trarne profitto.

Attendere che qualcosa cambi per l'intervento del caso può sembrare un'impresa dall'esito incerto. Gli eventi casuali, per definizione, possono anche non verificarsi, perciò la tentazione di elaborare un procedimento razionale è forte. È necessario vincere questa tentazione e avere fiducia che, nell'attesa passiva, qualcosa succederà sempre, e così, di solito, gli stimoli arrivano tutti insieme. All'inizio il rifiuto a dare al proprio pensiero un'impostazione predefinita provocherà una grande inquietudine, e si cercherà di distrarsi, ma appena ci si abbandonerà al non-controllo, le idee cominceranno a rivelarsi, la fiducia crescerà, e con essa diventerà più facile pensare senza dirigere consapevolmente il pensiero, rimanendo in quella "attenzione fluttuante".

Proprio perché si volge alla ricerca di idee nuove, il pensiero laterale ha dei rapporti con il pensiero creativo in senso stretto. Esso lo include, ma abbraccia un campo d'azione più vasto. A volte il pensiero laterale giunge a risultati genuinamente creativi, a volte si limita a rivelare aspetti insoliti di una data situazione, non rappresentando una vera e propria "creazione".

Il pensiero creativo richiede spesso particolari capacità espressive ed espositive, mentre il pensiero laterale è, più genericamente, aperto a tutti coloro che si interessano di idee nuove.

L'autentico pensiero creativo può essere una forma valida di pensiero laterale. La posizione dell'artista esemplifica tale tipo di pensiero, proprio per la sua ricerca di aspetti sempre nuovi della realtà, per il suo continuo sforzo di rompere le vecchie convenzioni intellettuali. L'artista è aperto alle idee, alle influenze e agli inviti del caso. Egli cerca di approfondire la propria consapevolezza delle cose, cerca di sottrarsi a una visione scontata della realtà usando spesso di proposito l'irrazionale. A volte, vi è la forte tentazione di abbandonarsi all'illimitato potenziale del caos, perdendo il contatto con la realtà, vivendo nelle illusioni. Il pensiero laterale accetta di brancolare nel caos solo per emergere con un'idea nuova, e si augura che essa si esprima in una forma semplice e ordinata, assai diversa dal caos da cui proviene. Nell'attività artistica, invece, è facile fermarsi allo stadio del caos e non oltrepassarlo, proprio perché gli obiettivi imposti sono illimitatamente liberi.

Il pensiero laterale non si limita a rifuggire dalle strettoie degli schemi rigidamente accettati, ma cerca di pervenire, attraverso il disordine, a un ordine nuovo e più semplice. Il disordine è solo un mezzo di evasione, non è un obiettivo. Se il pensiero laterale sceglie il caos è perché vuole servirsene come metodo, non perché rifiuta di adottare un metodo rigoroso. L'obiettivo massimo del pensiero laterale è che le idee scaturite da esso abbiano la semplicità dell'estrema elaborazione, in cui predominano l'efficacia pratica e l'essenzialità della forma.

Tuttavia, il pensiero laterale servirebbe a poco se si limitasse a costruire un nuovo ordine al posto del vecchio. Esso aspira a idee nuove, più semplici ed efficaci, a una fluidità che permetta di sostituire un'idea con altre via via migliori.

Il pensiero laterale, quindi, è strettamente correlato alla creatività, ma, mentre la creatività è spesso la descrizione di un risultato creativo, il pensiero laterale è la descrizione di un procedimento. Intorno alla creatività esiste una mistica dell'ingegno e dell'indeterminatezza, che può trovare legittimazione nel mondo dell'arte, dove la creatività si manifesta nella sensibilità estetica, nell'eco emotiva e nell'espressività, ma non al di fuori di tale universo simbolico.

La creatività viene tenuta sempre di più in considerazione come elemento essenziale nel cambiamento e nel progresso, rivalutata nell'ambito della conoscenza e della tecnica. Per riuscire a servirsi di essa in tal senso, è necessario liberarla dall'aura di misticismo e considerarla come un modo di usare la mente, un metodo di trattare le informazioni. Proprio di questo si occupa il pensiero laterale, che riguarda innanzitutto la produzione di nuove idee.

5. CAPITOLO 4 – L’atto creativo

L'atto creativo è erompende e dirompente, a rappresentare il carattere improvviso e compiuto della creazione; il risultato dell'atto creativo è sempre una trasformazione del caos in cosmos, un passaggio da livelli di conoscenza-coscienza approssimata, nebulosa, indifferenziata verso livelli di conoscenza-coscienza più elevata, integrata, ordinata.

(Widmann, 2004)

L’atto creativo è una forma espressiva, una ricerca di significato attraverso la simbolizzazione e la metafora, che consente una “evasione” dai significati della realtà per trovare nuove connessioni inaspettate e stra-ordinarie.

Atto creativo non è solo la produzione artistica, che nella sua eccezionalità rappresenta un evento raro ed elitario, ma anche l’atto di comprensione, la captazione del senso profondo che nasce dalle radici inconscie dell’individuo, che costituendo l’essenza stessa della vita, sono comuni a tutti gli uomini (Groddeck, 1927).

5.1 Il linguaggio metaforico dell’arte e l’Arteterapia

“L’arte è un medium, una forma simbolica, una metafora che traduce direttamente o indirettamente una forma dell’esperienza umana in un’altra”

(Ilardi & Ceccherelli, 2013)

La creatività dell’artista è in grado di attivare verso nuove direzioni le energie vitali della parte più profonda della psiche umana (Ricoeur, 1973). L’artista sperimenta e gioca, va alla ricerca di nuove scoperte – nel linguaggio se è uno scrittore e nelle forme visive se è un pittore – scegliendo nel processo preconsciouso di cui parla Freud le strutture che gli appaiono più significative, in base al suo intelletto e ai suoi conflitti interiori. Ma è la sua arte a informare il suo intelletto, non il suo intelletto a fare irruzione nella sua arte. L’atto creativo è una sorta di suggerimento, una scossa vitale che può portare alla luce uno stato d’animo o un’esperienza che altrimenti sarebbe rimasta dormiente nell’artista (Gombrich, 2001).

Vi è sempre più la consapevolezza dell’importanza dell’espressione creativa di idee, esperienze ed emozioni attraverso un’ampia varietà di media: la musica, la letteratura, le arti visive e tutte le tecnologie dell’informazione e della comunicazione.

Nelle diverse arti, si possono individuare differenti modalità metaforiche in relazione all'oggetto e ai processi di pensiero attivati (Ervas & Gola, 2016). Nelle arti visive e plastiche, gli schemi concettuali del pensiero vengono proiettati in modo isomorfo in tutte le rappresentazioni figurative. Si ha la sensazione di vedere un rispecchiamento della realtà, data dalla comunanza di proprietà, come ad esempio, nel Naturalismo. Questa impressione, però, è un giudizio ingenuo basato sulla fiducia accordata ai nostri sensi e all'esperienza della similarità tra ciò che viene percepito e ciò che è rappresentato (Black, 1962; Boyd, 1993). Ciò che accade è che vengono selezionati, attraverso i processi percettivi, cognitivi, emotivi, degli input che definiscono l'area di ciò che è possibile conoscere, al confine tra il soggetto e l'oggetto (Tagliagambe, 1997) costruendo così le basi per le estensioni e proiezioni metaforiche più astratte, in cui i sensi hanno un ruolo indiretto.

Al versante opposto delle arti figurative si può collocare la musica, che nella sua forma più pura non è un'arte contenutistica, cioè non ha legami evidenti con il nostro mondo rappresentativo. Per questo, la sua espressività non passa per una traduzione letterale, ma intrattiene rapporti con i significati non letterali. Le emozioni scaturite dall'ascolto della musica sono considerate o come sue proprietà intrinseche o come fattori disposizionali in chi ascolta.

Rispetto al ruolo della metafora vi sono due diverse posizioni: i "letteralisti" che ritengono che la musica in sé veicoli delle descrizioni emotive letterali, attribuendo a un brano l'essere allegro o triste, a prescindere dall'ascoltatore; i "non letteralisti", invece, sono sostenitori della tesi metaforica, in quanto a un brano possono essere attribuite proprietà non reali ma metaforiche, con un modo immaginativo di intendere la musica (Ervas & Gola, 2016).

È vero per tutte le forme espressive che "gli artisti provano a rendere vicini e attingibili un luogo, una storia, un uomo, e a indurre compassione per ciò che viene raccontato. E il senso e il piacere, o il dolore, dell'opera è in quel viaggio metaforico, in cui veniamo coinvolti in una ricerca di senso" (Ragone, 2014).

"La vita, così come ci è imposta, è troppo dura per noi; ci reca troppi dolori, disinganni, compiti impossibili da risolvere. Per sopportarla abbiamo assolutamente bisogno di qualche palliativo..

i soddisfacenti sostitutivi che l'arte offre sono illusioni che contrastano con la realtà."

(Freud, 1930)

Dopo le diverse rivoluzioni che hanno caratterizzato la storia dell'arte nel Novecento verso il passaggio alla contemporaneità, oggi l'arte viene considerata una delle molte interpretazioni possibili del reale. La sua caratteristica principale, che la differenzia dalla scienza, è che essa "nasce non tanto da un'interpretazione del reale, quanto da un distanziamento da esso" (Torselli, 2007).

Il modo con cui l'artista comunica e rende partecipi gli altri delle sue fantasie non può che essere simbolico (De Caroli, 2010). Il fruitore dell'opera d'arte scopre, attraverso l'attività di simbolizzazione, la funzione riparativa: la possibilità fornita dall'arte di controllare l'angoscia radicata nell'uomo (Segal, 1952). Avviene una identificazione con l'opera d'arte, non con l'artista o con i personaggi rappresentati, e il piacere estetico è dato dalla possibilità di appropriarsi dell'atto creativo, non dei contenuti rappresentati (Vanni, 1976).

Le metafore, quindi, occupano uno spazio importante nella costruzione dell'immaginario comune e gli oggetti artistici (romanzi, poesia, pittura, danza, scultura, film, fumetti, ecc.) hanno un ruolo sui nostri sistemi concettuali.

Ne costituiscono degli esempi proprio le metafore utilizzate per descrivere il fenomeno della creatività (Sassoon, 1994). Tra le più usate, la metafora della luce (icona della "lampadina" come lampo di genio, oppure locuzioni come "portare alla luce", "rendere chiaro", "gettare luce", "teoria illuminante", ecc.), la metafora della procreazione/gestazione (es: concepire/partorire un'idea), la metafora del mosaico (carattere combinatorio di ogni procedimento in cui, a partire da elementi preesistenti, si perviene a qualcosa di nuovo), la metafora del labirinto (da un "groviglio" che rappresenta l'impasse in cui si trova bloccato il pensiero comune, l'idea creativa è quella che consente di imboccare la via d'uscita, un sentiero mai esplorato prima).

I pensieri e le metafore, in stretto connubio con i media attraverso cui si esprimono a livello comunicativo, cambiano la struttura del nostro mondo (McLuhan, 1969). L'arte esalta la parte più costruttiva e creativa delle metafore stesse, anche a livello concettuale e comunicativo, rendendo tangibile il cambiamento. Nell'arte, più che altrove, si possono osservare le metafore nella loro forma più viva, alle prese con il cambiamento e la necessità di manifestare ciò che la società sperimenta (Ervas & Gola, 2016).

L'arte, per il suo linguaggio comunicativo universale, ha la capacità di incentivare la crescita personale e la guarigione, portando al cambiamento psicologico attraverso l'esplorazione delle proprie emozioni, a una svolta positiva sia in termini di espressione, sia in termini di prevenzione, di promozione della salute e trattamento di alcune patologie (Fancourt & Finn, 2019).

L'arte fa parte della nostra vita, e se pensiamo alla creatività come alla possibilità di portar fuori, far emergere, portare alla luce un oggetto nuovo, unico e personale, ci accorgiamo di come l'atto stesso del creare riveli la nostra presenza, il nostro essere-nel-mondo. Grazie al suo linguaggio simbolico aiuta a rendere meno inaccessibili quei vissuti che sono di difficile espressione a livello verbale, favorendo così l'esplicitazione del mondo interno attraverso la creazione di un oggetto tangibile, sia grafico-pittorico sia scultoreo (Ferrari et al., 2014).

L'Arteterapia agisce proprio con tali propositi (Ferrari et al., 2014): è una tecnica che si avvale del linguaggio non verbale dell'arte per favorire la crescita personale, la comprensione di sé e il cambiamento, favorendo anche l'espressione catartica di una condizione di sofferenza, in quanto può costituire un mezzo per collegare ciò che la persona prova al proprio interno – pensieri, emozioni e percezioni – con la realtà esterna. Può essere definita anche come l'insieme degli interventi terapeutici che sfruttano l'utilizzo di materiale artistico come strumento per promuovere il benessere, facilitare la cura e il processo di assistenza (Caterina, 2005) con il focus sul “non detto”, sul processo di creazione e di autoefficacia (Barbieri, 2022).

Se l'arte ha in sé la potenzialità di aiutare la persona a esprimere sé stessa in modo autentico, spontaneo e immaginativo, l'Arteterapia è disegnare dall'intimo, esplorare la propria esperienza interna, le proprie immagini interiori e non ciò che si vede nel mondo esterno. Il processo creativo, in sé e per sé può costituire, quindi, un'esperienza di crescita (Ferrari et al., 2014).

L'approccio psicodinamico all'Arteterapia (Della Cagnoletta, 2010) si fonda sulla correlazione tra il processo di crescita dell'individuo e il processo creativo: l'efficacia dell'Arteterapia giace nel promuovere un intervento terapeutico che avvii, sostenga e dia valore al processo creativo, quale atto fondamentale non solo per lo sviluppo emozionale e cognitivo dell'essere umano, ma anche per il suo benessere. Come ricorda Winnicott (1971) “perché la vita valga la pena di essere vissuta, occorre una dose di appercezione creativa”, ovvero quell'atteggiamento nei confronti della realtà di affrontare ogni cosa con curiosità, stimolato dal nuovo e dall'inconsueto.

La creatività e l'esperienza estetica sono componenti essenziali dell'esperienza umana, rintracciabili già nei primi interscambi tra madre e bambino, pertanto indispensabili per uno sviluppo sano (Winnicott, 1971; Read, 1980; Bollas, 1989). Lo sviluppo della capacità creativa di un individuo, infatti, è strettamente correlato al processo di crescita: la sintonizzazione interrelazionale tra il bambino e il caregiver promuove quell'esperienza di base chiamata “creatività primaria” (Winnicott, 1971), un incontro tra immaginazione e realtà, che permette al bambino di credere nelle sue capacità e di fidarsi dell'ambiente in cui vive.

Per procedere nella conoscenza del mondo circostante, la quantità e la qualità delle prime esperienze infantili devono poter essere assimilabili in modo funzionale. Gli stimoli affettivi e sensoriali eccessivi, o la loro assenza totale, altrettanto traumatica, determinano un bisogno di protezione, ovvero la restaurazione di uno stato di benessere, che può essere attivato anche grazie a capacità creative, come la fantasia e il gioco. L'essere umano, infatti, seleziona gli stimoli afferenti e li organizza, in modo tale da ridurre l'ansia e ripristinare quel “senso di sicurezza” (Sandler, 1980) che accompagna il benessere quotidiano dell'individuo.

Il processo creativo è un atto di integrazione fra diversi livelli dell'esperienza, è un agente integratore tra pensiero, sentimento, percezione (Rose, 1991), fra processi interni e fattori esterni, al fine di sviluppare un senso di interezza e sintonizzazione col mondo circostante.

Nel processo creativo avvengono dei movimenti dell'Io, che è in grado di passare da uno stato all'altro, fino a raggiungere l'integrazione. Solo un "Io creativo" riesce in questo processo, avendo la capacità di oscillare in modo ritmico, tra differenziazione e indifferenziazione, tra attenzione profonda e attenzione di superficie (Ehrensweig, 1967).

In Arteterapia ogni elaborato artistico racchiude una necessità di espressione e comunicazione, anche se non esplicitata (Della Cagnoletta, 2010). Il processo creativo permette di esprimere e trasformare qualcosa che giace "dentro di sé" (dimensione di intimità, che necessita dello "stare da soli" e con sé stessi) per renderla condivisibile con altri, attraverso la sua messa in forma e la conseguente immissione nel mondo esterno (dimensione del ritorno in relazione, dopo l'immersione creativa). A sua volta "l'esternalizzazione" (Rose, 1987) presuppone qualcuno che entri in relazione con ciò che è stato prodotto e ne fornisca un feedback. Solo in seguito a questo responso il processo creativo potrà riattivarsi.

In Arteterapia avvengono potenzialmente tre processi, che caratterizzano il processo creativo, ma anche quello evolutivo:

1. *L'espressione*: è una necessità umana di base, che veicola il piano emozionale e conduce alla comunicazione.
2. *L'attivazione o costruzione creativa*: è un aspetto specifico delle terapie espressive, che consiste nell'azione creativa, quella che permette la nascita di una nuova presenza che prende forma e si manifesta. In questo processo, l'arte fa da specchio e si prende cura del soggetto (Galimberti, 2002).
3. *La comunicazione*: l'Arteterapia cerca di mettere in relazione il conosciuto con ciò che ancora non si conosce, sia sul piano della comunicazione verbale che non verbale. L'oggetto artistico è il medium tra il contenuto manifesto e il contenuto latente.

In un contesto terapeutico, questi tre processi possono essere tutti e tre compromessi, determinando difficoltà a vari livelli: non essere in grado di esprimere un'emozione, di comunicare con l'altro, di dar vita a un nuovo pensiero. Il processo creativo può aver luogo e fornire la "base sana" per la vita (Winnicott, 1971) solo se l'espressione, la comunicazione e l'attivazione sono in relazione, si sostengono a vicenda e hanno un fine comune.

Nel lavoro dell'arteterapeuta, l'attivazione del processo creativo e il percorrerne le fasi costitutive possono ripristinare o riparare dei processi che si sono bloccati durante lo sviluppo, il cui funzionamento influisce sulla crescita emozionale di un individuo.

Vi sono spesso pazienti che hanno impedimenti nella capacità creativa, provocati da un irrigidimento dell'Io che non riesce a oscillare nei suoi "ritmi". Durante lo sviluppo, gli strumenti evolutivi non sono stati acquisiti, impoverendo la capacità di affrontare i cambiamenti della vita. Di fronte alle sfide del processo creativo, queste persone possono non trovare risorse e abbandonare il compito in partenza. Per evitare che l'incontro con i materiali artistici sia un'ulteriore sconfitta, una disillusione, l'arteterapeuta deve conoscere come il processo artistico segue un'ottica di sviluppo.

La visione del *continuum* (Lusebrink, 1990) delinea tre livelli di complessità nell'utilizzo del materiale artistico e dell'oggetto creato, che avvengono parallelamente al processo evolutivo. Un quarto livello, detto creativo, attraversa tutti gli altri. Tutti e tre i livelli sono utilizzabili, ma un arteterapeuta può decidere di dare maggior attenzione e di focalizzare il suo intervento su un livello specifico.

1. *Livello cinestetico/sensorio*: l'interazione con i materiali avviene attraverso l'attivazione motorio-cinestetica e sensorio-tattile, che è definita "stimolazione estetica di base" (Lusebrink, 2004).
2. *Livello percettivo/affettivo*: si riferisce agli aspetti visivi della percezione, come forma, colori e linee. La componente affettiva emerge dalla definizione di forme e oggetti in cui l'emozione è canalizzata.
3. *Livello cognitivo/simbolico*: vengono recuperate, attraverso il lavoro artistico, delle componenti simboliche, emotive e cognitive.

Per Lusebrink (1990) il *continuum* dei tre livelli viene incrociato dal *livello creativo*, che li unisce e li collega. Nelle modalità d'esperienza del processo creativo, invece, il quarto livello è costituito dall'integrazione dei tre precedenti, generando un risultato creativo, che è l'obiettivo del processo.

Individuare gli stadi del processo aiuta a seguire il soggetto che sta creando. Le fasi, le modalità o i livelli individuati dai vari autori mettono in luce il processo creativo in modo differente, ma utilizzano molti concetti comuni. Ogni autore predilige il suo linguaggio, attraverso cui cerca di indagare e conoscere, cercando di far ordine nel caos, per arrivare a una definizione. Ma "alla definizione possiamo arrivare solo dopo che ci siamo persi, che abbiamo abbandonato i confini stabili delle nostre classificazioni" (Ehrensweig, 1967). Se possediamo sistemi di riferimento, possiamo addentrarci nel vissuto di perdita dei confini, quella esperienza di fusione che caratterizza l'esperienza artistica.

In Arteterapia l'individuo si apre a nuove dimensioni dell'esperienza: l'utilizzo di materiali artistici comporta l'incontro con il mondo estetico, che evoca percezioni, emozioni e ricordi passati. La loro attualizzazione e integrazione nel vissuto presente rappresentano l'obiettivo di ogni intervento arte terapeutico e sono ciò che rende il lavoro in Arteterapia così significativo (Della Cagnoletta, 2010).

5.2 Creatività come ricerca di significato

La creatività è un processo di significato (*sensemaking*) che aiuta a trovare un senso alle esperienze di vita. Essa permette di esprimere appieno il potenziale creativo umano, con la libertà che lo contraddistingue. Un modo di vivere unicamente teso a evitare la sofferenza rischia di essere banalmente piatto e “patologico”, privando l’esistenza di quelle dinamiche attraverso le quali si può creare il senso della propria vita. La creatività è in ogni persona, si configura come dotazione di ogni essere umano in quanto tale: quando si avverte la propria vita come significativa si diventa capaci di costruire qualcosa di inconfondibile e originale, in cui si riflette ed esprime liberamente la propria individualità (Cinque, 2010).

La creatività è l’espressione più piena di quella tendenza a realizzare sé stessi e a sviluppare in modi realmente efficaci le proprie potenzialità: “la molla stessa dell’esistere e della crescita psicologica” (Rogers, 1954).

Mencarelli (1976) sottolinea la capacità educativa della creatività, utilizzabile per formare la cultura, per realizzare i valori di libertà, giustizia, lealtà, amore, estetica, costituendo una vera e propria “idea profetica” provvista di una forza promozionale della libertà e dell’imprenditorialità umana.

I valori veicolati dalla creatività sono collettivi, contro ogni forma di individualismo, richiamando l’uomo a una dimensione etica. Essi sono valori personali, in quanto mirati all’autorealizzazione del singolo all’interno della società pluralistica; valori storico-sociali, che assicurano una convivenza civile nell’universo sociale e giuridico; valori culturali, in quanto relativi al patrimonio umano e alla coscienza interculturale (Mencarelli, 1977).

La creatività, quindi, è associata al potenziale umano insito in ognuno, è una sorta di abito che permette di vedere le cose da un punto di vista personale, di procedere con le proprie forze e capacità, di affrontare la vita con spirito di ricerca, con un atteggiamento coraggioso di fronte al rischio, alla lotta, alla sofferenza, all’insuccesso; vuol dire saper vivere con sé stessi e nella relazione con le persone determinanti della nostra vita (La Marca, 2005).

È fondamentale, pertanto, poter educare alla creatività (Cinque, 2010), ovvero formare la persona nella sua interezza ad acquisire sempre più la capacità di leggere e interpretare il presente, ascoltare con spirito critico le opinioni dominanti per poter elaborare una propria mappa su cui scegliere, per progettare con creatività il futuro (Rossi, 2009).

Educare alla creatività, secondo Torrance (1977), significa:

4. Valorizzare le idee nuove;
5. Sensibilizzare i soggetti agli stimoli;
6. Abituarsi alla tolleranza verso idee nuove;
7. Abituare il soggetto a stimare il proprio pensiero creativo;
8. Incoraggiare e apprezzare l'apprendimento autonomo;
9. Provocare la necessità di pensare creativamente;
10. Formare educatori animati da spirito creativo.

La nozione di creatività riguarda, infatti, azioni trasformative, innovative e associative che possono essere rivolte sia verso una realtà esterna sia nella direzione della realtà intima degli individui, configurando un cambiamento che, in senso pedagogico, “è quell’esperienza temporale più o meno lunga, dalla quale si esce con una diversa percezione di sé” (Demetrio, 1990). In questo senso, educare alla creatività significa educare all’innovazione personale e poi alla capacità di apportare trasformazioni nel mondo circostante (Cinque, 2010).

5.3 *Mindfulness* e consapevolezza

“Mindfulness è una tecnica che permette una consapevolezza introspettiva e percettiva, incoraggia la conoscenza dei nostri processi psicologici. Aumenta la comunicazione inter-emisferica, tipica degli stati creativi, in quanto chi medita è in grado di percepire più dettagli nascosti del flusso di coscienza e dei processi mentali” (Justo et al., 2014).

Mindfulness è presenza mentale, consapevolezza dell’esperienza nei suoi vari aspetti (Goldstein, 2013), attenzione al momento presente senza giudizi (Kabat-Zinn, 1990).

Le ricerche delle neuroscienze, la terapia cognitiva orientata alla *mindfulness*, i protocolli MBSR (*Mindfulness-Based Stress Reduction*) sottolineano il potenziale inerente alla capacità della mente di essere presente, di essere consapevole di ciò che avviene adesso, nel qui e ora, enfatizzando “la presenza mentale che è il fulcro di tutto.. quanto più il paziente è consapevole mentre affronta le proprie difficoltà, tanto prima guarirà” (McGonigal, 2011).

La maggior parte delle ricerche scientifiche ha riscontrato il potenziale della *mindfulness* nel regolare lo stress e migliorare il funzionamento mentale dal punto di vista cognitivo, emotivo e interpersonale (Sedlmeier et al., 2012).

Il rapporto tra *mindfulness* e creatività viene indagato in una meta-analisi di Henriksen e collaboratori (2020), soprattutto nell’ambito dell’apprendimento.

Nella ricerca vengono identificate le seguenti tematiche: come la *mindfulness* rafforza la creatività, quali sono i fattori che interferiscono in tale relazione, che rapporto c'è tra *mindfulness*, attenzione fluttuante (*mind-wandering*) e creatività e infine la necessità di ampliare e approfondire gli studi riguardo a questi due costrutti, applicati all'educazione.

Riguardo al primo tema, vari studi hanno dimostrato come la *mindfulness* aumenti la capacità di concentrazione (Sedlmeier et al., 2012), diminuisca la paura del giudizio, alimenti un modo di pensare aperto mentre riduce il pensiero autocritico (Brown et al., 2007). Tali caratteristiche fanno parte del modo abituale creativo di lavorare, pensare e stare nel mondo, includendo anche: il rilassamento e il “seguire il flusso” (concentrazione migliore), l'assumersi dei rischi (mancanza di paura nei confronti del giudizio), la curiosità e l'apertura mentale e all'esperienza (Prabhu et al., 2008).

Questi risultati suggeriscono che la *mindfulness* supporti le abilità associate alla creatività e che sia correlata positivamente alle pratiche creative (Colzato et al., 2012). Molte delle abilità promosse dal *training* di *mindfulness*, quali la flessibilità nel cambiare punto di vista sviluppando l'empatia (Carson & Langer, 2006), la riduzione della paura del giudizio altrui, il miglioramento del funzionamento della memoria di lavoro (Chiesa et al., 2011), una maggiore capacità di *problem solving* e creatività nella sfera verbale (Greenberg et al., 2012) sono tutte correlate con l'aumento della creatività.

Sono stati identificati svariati fattori che interferiscono con il rapporto tra questi due costrutti. Innanzitutto, a seconda del tipo di tecnica meditativa che viene applicata nella pratica *mindfulness*, vi sono diverse correlazioni con le abilità creative, più o meno significative. Due tra le tecniche più discusse in ambito di meditazione *mindfulness* sono: “*open-monitoring meditation*” e “*focused-attention meditation*”. La prima si riferisce a una meditazione di “sorveglianza aperta”, ovvero la pratica di osservare e notare ogni sensazione o pensiero senza soffermarsi su uno specifico compito o concetto. La seconda, invece, allena a focalizzare l'attenzione e la consapevolezza su un compito particolare, un oggetto, un pensiero, uno stimolo (Colzato et al., 2012). La tecnica di meditazione “aperta” può aumentare il pensiero creativo, mentre quella con “attenzione focalizzata” può non essere correlata con la creatività o addirittura impedire la performance nei test creativi (Zedelius & Schooler, 2015).

Uno studio longitudinale (Horan, 2009) ha riscontrato delle incongruenze nel rapporto meditazione-creatività utilizzando il “*Torrance Test of Creative Thinking*”, uno strumento misurativo che distingue tra le dimensioni verbali e figurative della creatività; in particolare, i gruppi che praticavano la meditazione trascendentale erano più inclini alla sfera figurativa e all'originalità, ma non avevano miglioramenti riguardanti la sfera creativa verbale. Probabilmente, questi risultati sono dovuti a più fattori socioculturali non considerati dal contesto di appartenenza del test utilizzato.

I diversi tipi di meditazione, inoltre, sono stati collegati al pensiero convergente o divergente. La pratica meditativa di “sorveglianza aperta” promuove il pensiero divergente, mentre la pratica meditativa con “attenzione focalizzata” promuove il pensiero convergente (Colzato et al., 2012).

Riguardo al rapporto tra *mindfulness*, attenzione fluttuante (*mind-wandering*) e creatività, è stata coniata l'espressione “*mindful mind-wandering*” (Preiss & Cosmelli, 2017), che è relativo all'essere creativi in modo consapevole e si differenzia dal fantasticare a occhi aperti.

Uno studio (Agnoli et al., 2008) ha esplorato il ruolo degli stati mentali di *mind-wandering* spontaneo o deliberato, in relazione alla creatività. Gli autori distinguono cinque dimensioni costitutive della *mindfulness*: osservare, agire con consapevolezza, descrivere, non essere reattivi, non giudicare.

I risultati dello studio hanno dimostrato che *mindfulness* e *mind-wandering* sono predittivi del comportamento creativo sia da soli che combinati. Un *mind-wandering* deliberato predice positivamente la performance creativa; un *mind-wandering* spontaneo, invece, è associato negativamente con la performance creativa. Ciò suggerisce che un *mind-wandering* intenzionale è una caratteristica produttiva per il lavoro creativo e potenzialmente anche per l'apprendimento, supportato dalla *mindfulness*. I ricercatori e la pratica, quindi, suggeriscono che, nonostante quella che potrebbe sembrare una dinamica di conflitto, *mind-wandering* e *mindfulness* possono rafforzarsi a vicenda in direzione della creatività. Inoltre, l'aspetto meditativo della *mindfulness* congiunto al *mind-wandering* può rendere l'attenzione fluttuante più consapevole e consentire di immaginare e pensare creativamente, che a sua volta aiuta nell'apprendimento.

Originariamente, la *mindfulness* è una pratica che si basa sui principi della meditazione tradizionale buddhista. Nel discorso del Buddha (*Satipaṭṭhāna sutta*) vi sono spiegati quattro principi della consapevolezza, i modi per stabilire la presenza mentale, al fine di comprendere il processo mente-corpo e i diversi metodi per la liberazione della mente dalle cause della sofferenza (Goldstein, 2013).

Per ciascuno dei quattro modi di stabilire la presenza mentale, il Buddha insegna una varietà di metodi e tecniche per liberare la mente, delineando nell'arco del suo discorso un sentiero completo e straordinariamente efficace che conduce al risveglio.

La consapevolezza in sé è qualcosa di più che essere semplicemente presenti, è una comprensione degli scopi, delle motivazioni, dei desideri e delle intenzioni che muovono alla base le azioni.

I campi in cui la presenza mentale viene esercitata sono: il corpo, la sensazione, la mente, i *dhamma* (categorie di esperienza). Quando stabiliamo la presenza in questi “ambienti” siamo al sicuro; quando non siamo consapevoli, spesso ci perdiamo in reazioni non costruttive, creando sofferenza per noi stessi e per gli altri.

Le qualità necessarie per percorrere il sentiero verso la liberazione sono: essere ardenti, chiaramente coscienti e consapevoli, liberi da desideri e scontenti nei confronti del mondo.

I quattro principi della consapevolezza sono:

1. *Ardore* – la mente perseverante:
una applicazione equilibrata e sostenuta dello sforzo, perseveranza, calore affettivo, entusiasmo forte e appassionato, devozione e comprensione del valore di qualcosa.
2. *Chiara coscienza* – coltivare una chiara comprensione:
avere una piena consapevolezza, capacità di comprendere ciò che sta avvenendo, investigazione e saggezza, sapere cosa si sta facendo e perché.
3. *Consapevolezza* – la porta della saggezza:
ciò che rende possibile qualunque cammino spirituale, ha diverse funzioni essenziali per lo sviluppo della saggezza (attenzione al presente, pratica del ricordo, custode delle facoltà sensoriali, equilibrio delle facoltà spirituali).
4. *Concentrazione* – la natura raccolta della mente:
qualità di concentrazione, calma e unificazione che intervengono quando la mente è libera dai desideri e dalle frustrazioni abituali, un atto di sottile godimento che implica il raccoglimento nella gioia del momento presente, senza tensioni né obblighi.

La profondità della comprensione tradizionale che deriva dalla meditazione può introdurre nuove pratiche e intuizioni trasformative. Nell'esperienza della presenza mentale c'è un'abbondanza di significato e di sfumature che può arricchire la nostra vita in modi inaspettati (Goldstein, 2013).

A prescindere dal paradigma teorico di riferimento, nell'ottica di interazione dell'universo simbolico umano, le disposizioni che contraddistinguono la pratica meditativa della *mindfulness* sono simili a quelle che muovono l'azione creativa e il processo di significazione della realtà, che passa attraverso la creatività per attuare il cambiamento.

“Avere la forza della consapevolezza: non solo ricevere le sue visite, ma saperne reggere la sfida, la sua forza rivoluzionaria, il suo sguardo sovversivo su sé stessi e sul mondo”

(Candiani, 2021)

6. CONCLUSIONI

In questa rassegna sono state prese in considerazione le dimensioni della facoltà creativa e le sue applicazioni nei vari contesti, al fine di migliorare l'esperienza e la qualità della vita.

La creatività è legata al pensiero, al comportamento, alla personalità, alla motivazione, alle emozioni, all'interazione con la società, all'educazione, al lavoro, alla presa di coscienza di sé.

Al giorno d'oggi, l'idea, ormai retrograda, che la creatività riguardi solo i cosiddetti artisti, ha lasciato spazio a quella che considera la creatività una caratteristica comune a tutti, che può essere approfondita, modulata, ampliata tramite l'esercizio. Essa è un metodo per generare nuove soluzioni creative, un modo nuovo di concepire la realtà, con spirito di apertura e curiosità verso tutto ciò che non è fisso, prestabilito, ormai assodato. Tutto può essere messo in discussione, con l'umiltà di voler continuare a scoprire e il giusto spirito critico per discernere i valori e i contesti che sono più affini al proprio modo di essere, anche questo sempre in mutamento.

In questo senso, la creatività è uno strumento, un ponte, che fornisce la possibilità di analizzare altri punti di vista, usando il pensiero laterale e ampliando la consapevolezza, per mettersi in connessione con il proprio Sé e con l'Altro.

Nell'atto creativo vi è un'intuizione, che ristrutturata la realtà con una forma che fino a quel momento non era stata presa in considerazione. I mezzi con cui poi questa intuizione viene tradotta in azioni concrete sono peculiari dell'individuo, che ha una propria personalità, una propria storia, un proprio vissuto e vive in un determinato contesto dotato di regole. E forse proprio da queste regole l'individuo cerca di estraniarsi tramite la sublimazione nell'attività creativa, una via di fuga che permette di esprimere i propri conflitti in modo costruttivo e proattivo, che dona consapevolezza e rischiera l'esperienza.

La prospettiva per le ricerche future è di riuscire ad ampliare i contesti di applicazione del potenziale creativo di ognuno, educare alla creatività nei contesti di apprendimento, non considerandola più solo per pochi eletti, ma come un modo di ristrutturare l'esperienza e guardarla da diversi punti di vista, immedesimandosi empaticamente ed essendo flessibili nel cambiare posizione con curiosità e consapevolezza.

*“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.
La creatività è insieme disciplina nel lavoro e capacità di porre ordine nel caos;
la creatività non teme il disordine, è preferenza per la complessità, propensione al rischio.”*

(Cinque, 2010)

7. BIBLIOGRAFIA

- Agnoli, S. & collabs. (2018). *Exploring the link between mind wandering, mindfulness, and creativity: A multidimensional approach*. *Creativity Research Journal*, 30(1), 41-53.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: update to the social psychology of creativity*. Boulder CO.: Westview Press.
- Ash, I. K. & Wiley, J. (2006). *The nature of restructuring in insight: An individual-differences approach*. In *Psychonomic Bulletin & Review*, 11, 66-73.
- Barbieri, L. (2022). "L'arte come fonte di supporto alla cura: l'arte terapia". Tesi di laurea in Infermeristica, Università Politecnica delle Marche, Facoltà di Medicina e Chirurgia. Consultabile all'url
<https://tesi.univpm.it/bitstream/20.500.12075/12951/2/TESI%20LUCIA%20BARBIERI%20PDFA.pdf>
- Barrick, M. R. & collabs. (2005). *Self-monitoring as a moderator of the relationships between personality traits and performance*. In *Personnel Psychology*, 58, 745-767.
- Barrick, M. R. & Mount, M. K. (1991). *The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis*. In *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Barron, F., & Harrington, D. M. (1981). *Creativity, Intelligence, and Personality*. In *Annual Review of Psychology*, n. 32. 439-476.
- Black, M. (1962). *Models and Metaphors*, Cornell University Press, New York.
- Boden, M. A. (1998). *Creativity and the artificial intelligence*. In *Artificial Intelligence*, 103, 347-356.
- Boden, M. A. (2004). *The creative mind: Myths and mechanisms*. Routledge, London.
- Bollas, C. (1989). *L'ombra dell'oggetto*. Borla, Roma.
- Bowden, E. M. & Jung-Beeman, M. (1998). *Getting the right idea: Semantic activation in the right hemisphere may solve insight problems*. In *Psychological Science*, 9, 435-440.
- Boyd, R. (1993). *Metaphor and Theory Change: What Is "Metaphor" a Metaphor For*, in Ortony (1979/1993).

- Brown, K. W. & collabs. (2007). *Mindfulness: Theoretical foundations and evidence for its salutary effects*. *Psychological Inquiry*, 18(4), 211-237.
- Candiani, C. L. (2018). *Il silenzio è cosa viva. L'arte della meditazione*. Einaudi editore s.p.a., Torino.
- Candiani, C. L. (2021). *Questo immenso non sapere. Conversazioni con alberi, animali e il cuore umano*. Einaudi editore s.p.a., Torino.
- Carson, S. H., & Langer, E. J. (2006). *Mindfulness and self-acceptance*. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 24(1), 29-43.
- Caterina, R. (2005). *Che cosa sono le arti-terapie*. Carocci Editore, Roma.
- Chiesa, A. & collabs. (2011). *Does mindfulness training improve cognitive abilities? A systematic review of neuropsychological findings*. *Clinical Psychology Review*, 31(3), 449-464.
- Cinque, M. (2014). *La creatività come innovazione personale: teorie e prospettive educative*. *Italian Journal of Educational Research*, (5), 95-113.
- Colzato, L. S. & collabs. (2012). *Meditate to create: The impact of focused-attention and open-monitoring training on convergent and divergent thinking*. *Frontiers in Psychology*, 3, 116.
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Cox, C. (1926). *The Early Mental Traits of Three Hundred Geniuses*. Vol II. Stanford University Press, USA.
- Csikszentmihalyi, M. & Rathunde, K. (1993). *The measurement of flow in everyday life: Toward a theory of emergent motivation*. In J. E. Jacobs (Ed.), *Developmental perspectives on motivation*. 57-97. Lincoln, NE: University of Nebraska Press
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity, flow and the psychology of discovery and invention*. Harper Collins. New York.
- De Bono, E. (1968). *New think: The use of lateral thinking in the generation of new ideas*. Basic Books, New York.
- De Bono, E. (2000) *Il pensiero laterale. Come produrre idee sempre nuove*. Rizzoli Libri. Italy.
- De Bono, E. (2015). *Creatività e pensiero laterale. Manuale di pratica della fantasia*. Rizzoli Libri. Italy.

- De Caroli, M. E. (2010). *Una briglia all'emozione. Creatività e psicoanalisi*. Franco Angeli s.r.l. Milano, Italy.
- Della Cagnoletta, M. (2010). *Arte Terapia. La prospettiva psicodinamica*. Carocci Faber Editore, Roma.
- Demetrio, D. (1990). *L'età adulta*. La Nuova Italia Scientifica, Roma.
- Ehrensweig, A. (1967). *The Hidden Order of Art*. University of California Press, Berkeley-Los Angeles-London.
- Ervas, F., & Gola, E. (2016). *Che cos'è una metafora*. Carocci editore, Roma.
- Fancourt, D., & Finn, S. (2019). "Quali sono le evidenze sul ruolo delle arti nel miglioramento della salute e del benessere?" Scoping review.
- Ferrari, B. & collabs. (2014). "Lo spazio della creatività e delle emozioni: l'esperienza di un gruppo di arteterapia." In *Nuove Arti Terapie. La mediazione artistica nella relazione d'aiuto*. Anno VI, n.22/2014. Consultabile all'url <https://www.nuoveartiterapie.net/new/pdf/rivista/22-NuoveArtiTerapie.pdf#page=4>
- Frensch, P. C., Sternberg, R. J. (1989). *Expertise and intelligent thinking: When is it worse to know better?* In R.J. Sternberg ed. *Advances in the psychology of human intelligence*, vol. 5, Hillsdale, N.J. Erlbaum, 157-188.
- Freud, S. (1910). "Quinta conferenza sulla psicoanalisi", tr. it. In *Opere*, Boringhieri, Torino, 1974, vol. 6.
- Freud, S. (1913). "L'interesse per la psicoanalisi da parte delle scienze non psicologiche", tr. it. in *Opere*, Boringhieri, Torino, 1977, vol. 7.
- Freud, S. (1915-17). "Lezione 23. Le vie per la formazione dei sintomi", tr. it. in "Introduzione alla psicoanalisi", in *Opere*, Boringhieri, Torino, 1976, vol. 8.
- Freud, S. (1920). "Al di là del principio di piacere", tr. it. in *Opere*, Boringhieri, Torino, 1986, vol. 9.
- Freud, S. (1925). "Autobiografia", tr. it. in *Opere*, Boringhieri, Torino, 1978, vol. 10.
- Freud, S. (1930). "Il disagio della civiltà", tr. it. in *Opere*, Boringhieri, Torino, 1978, vol. 10.
- Fromm, E. (1941). *Escape from Freedom*. Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York.

- Gagne, M., & Deci, E. L. (2005). *Self-determination theory and work motivation*. In *Journal of Organizational Behavior*, 26, 331-362.
- Galimberti, U. (2002). *Psiche e techne. L'uomo nell'età della tecnica*, Feltrinelli, Milano.
- Galton, F. (1865) *Hereditary Talent and Character*, *Macmillan's Magazine*, vol. 12, 1865 pp. 157-166 disponibile all'url <https://galton.org/essays/1860-1869/galton-1865-hereditary-talent.pdf>
- Gardner, H. (1983). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. New York: Basic Book. Trad. it. *Formae mentis, saggio sulla pluralità dell'intelligenza*. Milano: Feltrinelli, 1987.
- Gardner, H. (1993). *Intelligenze creative: Fisiologia della creatività attraverso le vite di Freud, Einstein, Picasso, Stravinskij, Eliot, Gandhi e Martha Graham*. Tradotto da Rodolfo Rini, in *Saggi*, Universale Economica Feltrinelli, Italy (2019).
- Gardner, H. (2006). *Five minds for the future*. Boston: Harvard Business School Press. trad. it. *Cinque chiavi per il futuro*, Feltrinelli, Milano, 1994.
- George, J. M., & Zhou, J. (2001). *When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: An interactional approach*. In *Journal of Applied Psychology*, 86, 513-524.
- Gibson, C. & collabs. (2009). *Enhanced divergent thinking and creativity in musicians: A behavioral and near-infrared spectroscopy study*. In *Brain and Cognition*, 69, 162-169.
- Goldberg, L. R. (1990). *An alternative description of personality: The Big Five factor structure*. In *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.
- Goldstein, J. (2013). *Mindfulness. Una guida pratica al risveglio*. Ubaldini Editore, Roma.
- Gombrich, E. H. (2001). *Freud e la psicologia dell'arte*. Piccola Biblioteca Einaudi, Bologna.
- Greenberg, J. & collabs. (2012). *"Mind the trap": Mindfulness practice reduces cognitive rigidity*. *PloS One*, 7(5), Article e36206.
- Groddeck, G. (1927). "Condizionamento psichico e trattamento psicoanalitico delle affezioni organiche", in *Il linguaggio dell'Es*, Adelphi, Milano, 1969.
- Guilford, J. P. (1950). *Creativity*. In *American Psychologist*, 5, 444-454.
- Guilford, J. P. (1967). *The nature of human intelligence*. McGraw-Hill. New York.
- Guilford, J. P. (1968). *Intelligence, creativity and their educational implications*. Knapp, San Diego.

- Haynes, R. R. (1989). *Cognitive processes in creativity*. In J.A. Glover, R.R. Ronning, C.R. Reynolds eds., *Handbook of creativity*. Plenum, New York.
- Henriksen, D. & collabs (2020). *Mindfulness and creativity: Implications for thinking and learning*. In *Thinking Skills and Creativity* 37 (2020). Disponibile all'url https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1871187120301632?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=7df558713fd4599b
- Hillman, J. (1972). "Sulla creatività psicologica", in *Il mito dell'analisi*, Adelphi, Milano, 1979, titolo originale *The Myth of Analysis. Three Essays in Archetypal Psychology*, Northwestern University Press.
- Horan, R. (2009). *The neuropsychological connection between creativity and meditation*. *Creativity Research Journal*, 21(2-3), 199-222.
- Ilardi, E., & Ceccherelli, A. (2013). *Metaphor Use in the 19th Century Novel: From the "Bildungsroman" to the Novel of Lifelong Learning*. In Gola, Ervas.
- James, L. R. & Mazerolle, M. D. (2002). *Personality in work organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jung, C.G. (1933). *Modern man in search of a soul*. Harcourt, Brace. NYC.
- Jung, C.G. (1923). *Psychological types*. Harcourt, Brace. NYC.
- Jung, C.G. (1966). "On the relation of analytical psychology to poetry". In *The spirit in man, art and literature*. Vol. 15. *The Collected Works of C.G. Jung*. Bollingen Foundations. NYC.
- Jung, C.G. (1952). "Le due forme del pensare", in *Simboli della trasformazione*, Boringhieri, Torino, 1970, vol. 5.
- Justo, C. F. & collabs (2014). *Improving the graphic creativity levels of Latin American high school students currently living in Spain by means of a mindfulness program*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 132, 229-234.
- Kabat-Zinn, J. (1990). *Full catastrophe living: A practical guide to mindfulness, meditation, and healing*. Delacorta, Nova York.
- Kaplan, C.A. & Simon, H. A. (1990). *In search of insight*. In *Cognitive Psychology*, 22, 374-419.
- Koestler, A. (1969). *The act of creation*. London: Hutchinson (ed. or. 1964; trad. it., *L'atto di creazione*, Ubaldini, Roma 1975).

- Kohler, W. (1917-1925). *The mentality of apes*. Kegan Paul & Co, London. Trad. it. *L'intelligenza delle scimmie antropoidi*. Editrice Universitaria, Firenze, 1960.
- La Marca, A. (2005). *Educazione del carattere e personalizzazione educativa a scuola*. Ed. La Scuola, Brescia.
- Lavazza, A. & Manzotti, R. (2011). *Modelli di creatività: dall'elaborazione inconscia e implicita al fringe Jamesiano*. *Giornale Italiano di Psicologia*. XXXVIII. 47-76.
- Legrenzi, P. (2005). *Creatività e innovazione*. Il Mulino, Bologna.
- Lewin, K. (1936). *Principles of typological psychology*. McGraw-Hill. New York.
- Limb, C. J. & Braun, A. R. (2008). *Neural substrates of spontaneous musical performance: An fMRI study of jazz improvisation*. *PLoS One*, 3, e1679.
- Lombroso, C. (1894). *Genio e follia*. Prelezione ai corsi di antropologia e clinica psichiatrica presso la R. Università di Pavia, Milano, Tipografia Chiusi, 1864.
- Lusebrink, V. B. (1990). *Imagery and Visual Expression in Therapy*. Plenum Press, New York.
- Lusebrink, V. B. (2004). *Art Therapy and the Brain: An Attempt to Understand the Underlying Processes of Art Expression in Therapy*, in *ArtTherapy: Journal of the American Art Therapy Association*", 21, 3, 125-35.
- Maslow, A. (1962). *Toward a psychology of being*. Van Nostrand Reinhold. New York.
- McCrae, R. R. Jr., & Costa, P. T. (1997). *Conceptions and correlates of openness to experience*. In R. Hogan, J. Johnson, & S. Briggs (Eds.), *Handbook of personality psychology* 825-847. San Diego, CA: Academic Press.
- McGonigal, K. (2011). *"Healing the Whole Person"* in Shambhala Sun.
- McLuhan, M. (1969). *The Interior Landscape: The Literary Criticism of Marshall McLuhan*, McGraw-Hill, New York.
- Mednick, S. A. (1962). *The associative basis of creativity*. *Psychological Review*, 69 (3), 220-232.
- Mencarelli, M. (1976). *Creatività*. Ed. La Scuola, Brescia.
- Mencarelli, M. (1977). *Creatività e valori educativi*. Ed. La Scuola, Brescia.

- Mount, M. K., & Barrick, M. R. (1995). *The Big Five personality dimensions: Implications for theory and practice in human resource management*. *Research in Personnel and Human Resource Management*, 13, 153-200.
- Myers, I. B. & collabs. (1998). *MBTI Manual: A guide to the development and use of the Myers-Briggs Type Indicator* (3rd ed.). Palo Alto, CA, Consulting Psychologists Press.
- Prabhu, V. & collabs. (2008). *Creativity and certain personality traits: Understanding the mediating effect of intrinsic motivation*. *Creativity Research Journal*, 20(1), 53-66.
- Preiss, D. D., & Cosmelli, D. (2017). *Mind wandering, creative writing, and the self*. In M. Karwowski, & J. Kaufman Eds. *The creative self*, 301-313, Cambridge, MA: Academic Press.
- Ragone, G. (2014). *Per una mediologia della letteratura. McLuhan e gli immaginari*. In “Between”, 1-38.
- Raja, U. & Johns, G. (2004). *The impact of personality on psychological contracts*. *Academy of Management Journal*. 47. 350-367.
- Rank, O. (1924). “Il trauma della nascita e il suo significato psicoanalitico”, tr. it. Guaraldi, Rimini, 1972.
- Read, H. (1980). *Educare con l'arte*. Edizioni di comunità, Milano.
- Rhodes, M. (1961). *An analysis of creativity*. *Phi Delta Kappan*, 42, 305-310.
- Ricoeur, P. (1973). “Psicoanalisi e cultura”, in *La critica tra Marx e Freud*, Guaraldi, Rimini.
- Rocchi, P. (1998). *Il bisogno di chiusura cognitiva e la creatività*. *Giornale italiano di psicologia*, fascicolo 1.
- Roe, A. (1952). *The making of a scientist*. Dodd, Mead. New York.
- Rogers, C.R. (1964). *Toward a theory of creativity*. *A Review of General Semantics*, SUMMER 1954, Vol. 11, No. 4 (SUMMER 1954), 249-260, Institute of General Semantics, disponibile all'url <https://www.jstor.org/stable/pdf/42581167.pdf>
- Rose, G. (1987). *Trauma and Mastery in Life and Art*. Yale University Press, New Haven (CT) – London.
- Rose, G. (1991). *Abstract Art and Emotion: Expressive Form and the Sense of Wholeness* in *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 39, 1, 131-156.

- Rossi, B. (2009). *Educare alla creatività. Formazione, innovazione e lavoro*. Ed. Laterza, Roma-Bari.
- Rothenberg, A. (1979). *The emerging goddess: the creative process in art, science, and other fields*. University of Chicago Press. Chicago.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American Psychologist*, 55, 68-78.
- Sandkuhler S. & Bhattacharya, J. (2008). *Deconstructing insight: EEG correlates of insightful problem solving*. *PLoS One*, 3 (1), e1459.
- Sandler, J. (1980). *La ricerca in psicoanalisi*. Boringhieri, Torino.
- Sassoon, J. (1994). *Metafore della creatività: linguaggi, rituali, artefatti*. In A. Melucci. *Creatività: miti, discorsi, processi*, 163-164. Feltrinelli, Milano.
- Schooler, J. W., Melcher, J. (1995). *The ineffability of insight*. In S.M. Smith, T.B. Ward, R.A. Finke, eds. *The creative cognition approach*. MA: Mit Press, Cambridge.
- Sedlmeier, P. & collabs (2012). *The psychological effect of meditation: A meta-analysis*. *Psychological Bulletin*, 138 (6), 1139.
- Segal, H. (1952). *A psychoanalytic approach to aesthetic*, "International Journ. Of Psycho-Anal." 13, tr. it., "Un approccio psicoanalitico all'estetica", in Klein M., Heimann P., Money-Kyrle R., *Nuove vie della Psicoanalisi*, Il Saggiatore, Milano, 1966.
- Selby, E.C. & collabs (2005). *The Creative Personality*. *The Gifted Child Quarterly*. Fall 2005. Vol. 49. N. 4.
- Simpson, J. & Weiner, E. (2002). *The Oxford English Dictionary*. 2nd Edition, Oxford University Press, USA.
- Slochower, H. (1974). *Psychoanalysis and creativity*. In Rosner, S. & Abt, L.E. eds. *Essays in creativity*. Croton-On-Hudson, North River Press. New York.
- Solomon, B. & collabs. (1999) "*Multiple Intelligences*" in *Encyclopedia of Creativity*, Volume 2. A cura di Runco, M. A. & Pritzker, S. R., Ed: Elsevier.
- Stein, M. I. (1974). *Stimulating creativity. Volume 1: Individual procedures*. Academic press. New York.
- Stein, M. I. & Heinze, S. J. (1960). *Creativity and the individual: summaries of selected literature in psychology and psychiatry*. Glencoe, IL: Free press.

- Sternberg, R. J. (1999). *Handbook of creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Sternberg, R. J. & Lubart, T. I. (1996). *Investing in creativity*. *American Psychologist*, 51(7), 677–688.
- Sternberg R. J. & Lubart, T. I. (1999). *The concept of creativity: Prospects and paradigms*. In R.J. Sternberg ed. *Handbook of creativity*. Cambridge University Press, 137-152.
- Sung, S.Y. & Choi, J. N. (2009). *Do Big Five personality factors affect individual creativity? The moderating role of extrinsic motivation*. In *Social Behavior and Personality, An International Journal*. 37(7), 941-956. Seoul Nationality University. South Korea.
- Tagliagambe, S. (1997). *Epistemologia del confine. Un'idea di confine che ne rivela la duplice natura, come linea di demarcazione e come "barriera di contatto"*. Il Saggiatore, Milano.
- Terman, L. (1925) *Genetic studies of genius: Volume I. Mental and Physical Traits of a Thousand Gifted Children*, Stanford University Press, USA.
- Torrance, E. P. (1969). *Creativity* (Vol. 13). Dimensions Publishing Company.
- Torrance, E. P. (1977). *Creativity in the Classroom: What Research Says to the Teacher*. Ed. NEA, Washington DC.
- Torselli, V. (2007). *Arte, simbolo e metafora della realtà*. ArtOnWeb, disponibile all'url <https://www.artonweb.it/nonsoloarte/arteastrazione/articolo6.htm>
- Treffinger, D., & collabs (2002). *Assessing creativity: A giude for educators*. Storrs, CT: The National Research Center on the Gifted and Talented.
- Trilling, L. (1951). "Freud and the Literature", in *The Liberal Imagination*, The Viking Press, New York, tr. it. "Freud e la letteratura", in *La letteratura e le idee*, Einaudi, Torino, 1962.
- Vanni, F. (1976). *La psicoanalisi della creatività artistica e scientifica*, Cortina, Milano.
- Weisberg, R. W. (1999). *Creativity and knowledge: A challenge to theories*. In R.J. Sternberg ed. *Handbook of creativity*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Wertheimer, M. (1945). *Productive thinking*. Harper. New York.
- Widmann, C. (2004). *L'esperienza creativa*, disponibile all'url <http://www.claudiowidmann.it/pdf/l'esperienza%20creativa.pdf>
- Winnicott, D. (1971). *Gioco e realtà*. Armando, Roma.

Woodman, R.W. (1981). *Creativity as a Concept in Personality Theory*, in *Journal of Creative Behavior*. Buffalo, vol. 15.

Zedelius, C. M., & Schooler, J. W. (2015). *Mind wandering “Ahas” versus mindful reasoning: Alternative routes to creative solutions*. *Frontiers in Psychology*, 6, 834.

SITOGRAFIA

<https://www.elenaveronesi.com/verox-pensiero/140/creativita%E2%80%99-seconda-parte-edward-de-bono-ed-il-%E2%80%9Cpensiero-laterale%E2%80%9D.php>

<https://innertherapist.it/2019/02/15/i-tipi-psicologici-di-jung/>

<https://www.amicinellarte.it/i-meccanismi-della-creativita/>

8. RINGRAZIAMENTI

“Lasciare spazio intorno ai gesti ordinari, dargli una stanza, li fa brillare, permette che aprano un varco nell'oscurità in cui di solito viviamo, nel nostro quotidiano sonno.

Allora, pian piano, si ricevono le visite della consapevolezza: sono i miracoli del noto.”

(Candiani, 2018)

Sono grata per ogni persona che ha incrociato il mio cammino, per un breve tragitto o per un lungo percorso: ognuno ha contribuito con il proprio essere a condividere uno spazio di esperienze, di tempo prezioso, che mi hanno formata e trasformata nel profondo.

Sono grata alle guide celesti, alla Luna, al Sole, al ciclo della Natura, agli Elementi e all'Universo che tutto comprende; a ciò che non vediamo che va al di là del “reale”, che permette di sintonizzarsi con l'inconscio collettivo. Seguendo l'istinto, mi sono avvicinata sempre di più ai simboli e a una visione più in grande e consapevole della vita, ancora di salvezza nei momenti più bui.

Sono fortunata ad avere accanto delle persone che non hanno mai smesso di credere nella mia luce, custodendo le mie fragilità e potenzialità, supportando i miei tempi di fioritura, consentendo la libera espressione del mio io interiore. Loro, tutti loro, sono i miei “miracoli del noto”.

Rimango qua, presente nel qui e ora, profondamente grata, sempre in ascolto delle sensazioni, in evoluzione e in trasformazione alla ricerca di ciò che va oltre l'apparenza, curiosa di ciò che mi attende nel flusso della vita, con la testa tra i sogni e la speranza nel cuore.

Grazie.