

L'ESPERIENZA CREATIVA

claudio widmann

Il modello della creatività

Secondo Mircea Eliade i miti sono “modelli esemplari“ dell’agire umano e “in quanto esemplare il mito è creatore, suscita e orienta le attività dell’uomo” (1985, p. 60). Non diversamente Jung ritiene che i miti siano narrazioni archetipiche, cioè rappresentazioni di strutture universali dell’esperienza umana. Se tutto ciò è vero, il modo migliore per ricostruire la struttura dell’esperienza creativa è quella di ripercorrere i “miti di creazione”. Come dice un cantautore,

*Per capire la nostra storia
bisogna farsi a un tempo remoto.*

Guccini introduce in questo modo il mito cosmogonico a noi più familiare, quello narrato in Genesi (I, 1-27). Lo introduce con alcune varianti ironiche, apparentemente burlesche e per qualcuno dissacranti, ma non propriamente estranee al tema archetipico della creazione. Provocatoriamente, sosterrò anzi l’ipotesi che questa manipolazione costituisca un arricchimento, un miglioramento del mito e che gli conferisca maggiori potenzialità espressive (frutto probabilmente della creatività dell’autore che ha riformulato il testo).

In principio (*illo tempore*)

C’era un vecchio con la barba bianca,

Il vecchio con la barba bianca è colui che i miti più antichi chiamano in svariati modi, che gli antropologi inglesi chiamano genericamente *the Maker* e che noi, abitualmente, chiamiamo Dio.

Se ci vogliamo occupare di miti cosmogonici, siamo costretti a confrontarci subito con la figura del *Maker*, il Fattore, Dio; e quindi è opportuno precisare immediatamente i termini della questione. In una prospettiva analitica e non religiosa, la realtà oggettiva di Dio non ci riguarda; è centrale invece riconoscere la realtà psichica di questo concetto. Intendo dire che è un dato di realtà che la psiche umana abbia concepito l’idea di Dio, che ne abbia ideato delle immagini (il Vecchio con la barba bianca), che gli abbia attribuito delle caratteristiche. E se intendiamo assumere i miti di creazione come traccia per riflettere sulla creatività, la prima cosa che ci interessa è cogliere le caratteristiche di Dio in quanto Creatore per antonomasia.

Senza pretesa di essere esaustivi, diremo che a Dio sono abitualmente attribuite le seguenti caratteristiche: è preesistente all’uomo (il quale viene anzi creato da lui); è estraneo all’uomo (benché ci sia sempre uno stretto intreccio di vicende fra lui e l’uomo, egli rimane sempre qualitativamente diverso e i suoi interventi hanno sempre il carattere di interventi “dall’esterno”; il Dio Creatore non è mai “dei nostri”); è più grande dell’uomo (spesso gli vengono attribuiti caratteri assoluti come l’onnipotenza, l’onniveggenza, l’onniscienza, l’onnipresenza, eccetera); è imperscrutabile (nessuno sa cosa passi nella mente di Dio): è dotato di estrema saggezza (anche se la sua saggezza molto spesso è discutibile dal punto di vista dell’uomo, ad esempio quando manda sulla terra dei cataclismi).

Proviamo a fare un salto e a richiamare alcuni punti basilari nella teoria della personalità di C. G. Jung. Per questo autore la personalità non si esaurisce in ciò che io so e percepisco di me (nel “chi sono io”); la personalità totale è anzi *preesistente* all’io, come si può notare osservando un bambino molto piccolo che già esiste come individuo, ma che ancora non ha formato un io. Anche quando l’io si è sviluppato, ampie regioni della personalità totale rimangono inconscie e noi le percepiamo come *entità estranea*. Si pensi a un atto veramente involontario e inconscio come, ad esempio, un incidente, una dimenticanza, una distrazione: non sempre diciamo “io ho sfasciato la macchina”, “io non sono andato all’appuntamento”, “io ho rotto quell’oggetto”; di preferenza diciamo “mi è

scivolata la macchina”, “mi è passato di mente”, “mi è sfuggito tra le mani”, eccetera. Queste espressioni impersonali testimoniano l’estraneità dell’io ad azioni che tuttavia sono state compiute dal soggetto nel suo insieme. Da un secolo a questa parte, la scoperta dell’inconscio ha dilatato la concezione di uomo: la sua personalità totale è più ampia di ciò che egli sa di essere; egli possiede più ricordi, più percezioni, più abilità, più contenuti di quelli che coscientemente conosce. La personalità totale possiede un’indiscussa *grandezza* rispetto all’Io. Nel contempo l’inconscio, per definizione, è *imperscrutabile* e nessuno di noi sa cosa “esso” ha in mente (ovvero cosa ci sia in quella parte della mente che non appartiene alla coscienza). Sappiamo anche che facciamo molte cose inconsciamente; nessuno di noi si è mai innamorato per decisione cosciente: l’innamoramento “ci è accade” come dall’esterno. E non sempre la consapevolezza condivide quell’accadimento.

I paralleli mi sembrano visibili: l’immagine di Dio che la psiche ha ideato e le caratteristiche di cui l’ha rivestito costituiscono un ritratto figurato dell’Uomo Totale, della personalità globale. Jung ha chiamato Sé questa categoria psichica e ha documentato molto diffusamente come, addentrandoci nel mondo dei simboli e delle immagini psichiche, non si riesca distinguere l’immagine di Dio da quella del Sé.

Quanto a noi, seguendo le tracce del mito, troviamo qui una prima indicazione: per comprendere il fenomeno della creatività occorre muovere da una concezione che contempli non solo l’io, ma la personalità totale. Lo *spiritus creator*, difatti, è sempre di natura divina: è estraneo, superiore, imperscrutabile, più grande e più acuto della nostra mente cosciente. La creazione ha più a che fare col Sé (e dunque con l’inconscio) che con l’Io (e cioè col conscio).

Caratteristicamente, nei miti cosmogonici il momento che precede l’atto creativo è segnato dal vuoto:

Lui, la sua barba, e il resto era vuoto.

Questo “vuoto” va però precisato; in realtà la Genesi dice che lo spirito di Dio “aleggiava sulle acque” (o sull’Abisso). Nelle isole Marshall in principio tutto era mare e al di sopra scorreva la divinità (*the Maker*); in Micronesia sopra il mare primordiale volteggiava un ragno. Gli Egizi raccontavano che prima della creazione esisteva il *Nun*, termine di difficile traduzione, ma che indica un universo indifferenziato. Con sostanziale analogia, altri miti parlano del *caos* preesistente alla creazione. Ad esempio, nel mito pelasgico Eurinome, la Dea di Tutte le Cose, emerse dal *χaoς*, divise il mare dal cielo e intrecciò una danza sulle onde. Altri miti narrano di un “mondo parallelo” in cui vivono i creatori primordiali, che è evidentemente preesistente alla creazione dell’uomo e all’esperienza umana.

Credo che tutto ciò parli in maniera simbolica di un “vuoto” che è tale dal punto di vista del conscio; in effetti, prima dell’atto creativo, c’è realmente un vuoto di conoscenza, di contenuti, di esperienza. Ma non necessariamente è un Vuoto in senso assoluto; ciò che è vuoto per il conscio può essere denso di contenuti nel “mondo parallelo” dell’inconscio. La creazione *ex nihilo*, quindi, non è propriamente tale; avviene sulla base di una realtà preesistente, anche se quella realtà non è della coscienza, ma dell’inconscio. *χaoς*, vale la pena anticiparlo in maniera espresa, è un antico simbolo dell’inconscio originario. Così possiamo asserire che il materiale dell’atto creativo è un materiale inconscio: qualcosa che prima non era presente alla coscienza, che non era sottoposto all’attenzione, che non era specificamente evocativo ora lo diventa.

E Guccini continua:

*Voi capirete che in tale frangente
Quel vecchio solo lassù si annoiava*

Strana spiegazione, quella della noia, per un evento così fondamentale. Tuttavia la creazione “per noia” non è rara nella mitologia; è raro, al contrario, che un mito dica “perché” il dio decide di creare l’universo. Semplicemente accade: nel mito giudaico-cristiano Dio conduce la sua esistenza di sempre e un giorno inizia la creazione, senza una richiesta specifica, senza una ragione evidente.

In un mito esquimese un giorno *Tulungersaq* (Padre Corvo) si sveglia dal sonno e di lì inizia la vicenda creativa. In un mito irochese per la prima volta nella storia muore un uomo che viveva nel regno dei cieli e di lì inizia la serie di vicende che porteranno alla creazione del (nostro) mondo. Nella mitologia Achomawi (California) il Coyote e la Volpe galleggiarono sul vuoto per molti, molti anni e cominciarono ad annoiarsi di stare sempre lì; così la Volpe creò il mondo mentre il Coyote dormiva (von Franz., 1989, p. 63).

M. L. von Franz –la più nota e apprezzata collaboratrice di Jung- osserva che in più d'un caso dall'inconscio scaturisce improvvisamente un impulso nuovo, che non possiamo spiegare come una reazione a qualcosa, se non, forse, alla noia! (von Franz, 1989, p. 38). Rifletteremo più avanti sul fatto che ad un certo punto il Creatore sembra scosso da un *suo* bisogno di creare, quasi una compulsione che viene da lui stesso e che nessuno gli ha imposto. Per ora evidenziamo che nell'atto creativo qualcosa di autonomo si mette in moto nelle regioni dell'inconscio, inaccessibili all'io e imperscrutabili alla mente. Non c'è una causa esterna e non c'è una ragione cosciente; l'esperienza creativa sgorga come un impulso improvviso e autonomo dell'inconscio.

A rincarare la dose, Guccini precisa che la noia del Vecchio era aggravata dal fatto che nessuno aveva ancora inventata la T. V. A questa cosa decise di porre rimedio lui stesso, invero un po' maldestramente:

*Dixit. Ma poi toccò un filo scoperto
Prese la scossa, ci fu un gran boato.
Come T. V. non valeva un bel niente
Ma l'universo era stato creato.*

E' un esempio evidente di "creazione per caso", come altre creazioni documentate dalla mitologia. Secondo la citata cosmogonia irochese, ad esempio, la donna primordiale rimase incinta prendendo i pidocchi mentre pettinava il marito. Un evento tanto banale e fortuito originerà il creato. A prima vista la "creazione per caso" sembra un *absurdum*, tuttavia descrive bene un aspetto caratteristico della creatività: una mela caduta per caso in testa a Newton gli fece scoprire la legge di gravitazione universale. L'esperienza creativa si confronta spesso con il caso, nel quale –sviluppando le linee di ricostruzione sin qui impostate- ravvisiamo l'ignoto, il non conosciuto (ripetitivamente: l'inconscio) che si rivela a noi.

Anche il modo in cui Dio crea il mondo merita una riflessione: gli basta denominare le cose e queste prendono a esistere. *Fiat lux, et lux facta est.* (Oppure, con Guccini, *si chiami l'Enel sia fatta la luce!*). "*Enuma elish* -quando in alto- il cielo non era stato nominato; quando in basso la terra non era stata chiamata per nome", recita il poema babilonese noto per il suo incipit. Qualcosa che prima non c'era improvvisamente esiste; senza gradualità, senza progressione, tutto "d'un botto". La moderna cosmogonia nota come teoria del "Big Bang" esprime questo aspetto nella forma più pura. In effetti, l'atto creativo è quasi sempre un'eruzione improvvisa, una sorta di esplosione; qualcosa erompe nella coscienza immediatamente, improvvisamente e in forma pressoché completa.

Nei miti di creazione spesso la prima cosa ad essere creata è la luce. *In principio*, in effetti, tutto è avvolto nel buio:

*Zitto Lucifero non disturbare
Non stare sempre qui a criticare
Beh, sì lo ammetto, sarà un po' buio...*

Questo passaggio per noi è del massimo interesse, perché la luce è forse il simbolo più universale della conoscenza, della sapienza, della coscienza. Per contro le tenebre sono analogiche agli stati di cecità, di ignoranza e di incoscienza; stati in cui si annaspa nel buio, in cui non "ci si vede chiaro". L'atto creativo è sempre un atto che squarcia le tenebre, che porta luce e che porta "alla luce". Si potrebbe dire con la von Franz che "annaspate nel buio attiva i processi creativi" e che la creatività implica sempre un rapporto dialettico fra buio e luce, fra noto e ignoto. Nell'esperienza di ciascuno

di noi la funzione creativa espande la coscienza, squarcia le tenebre della non conoscenza, del non noto, del non conosciuto. Può essere interessante ricordare che per gli Egizi il verbo *ir* (creare) si scriveva col geroglifico dell'occhio il cui nome era simile anche etimologicamente (*irt*), la cui immagine è collegata alla luce e alla coscienza, allegoria del vedere e del vederci chiaro.

Come prosegue il mito di creazione giudaico-cristiano dopo la creazione della luce è noto a tutti noi. Esso è scandito in sei giornate (più la settimana di contemplazione) e ciò pone in evidenza il rapporto fra atto creativo e scansione temporale. E' risaputo che la creatività non è di tutti i giorni e che quanto più un atto è creativo, tanto più gli fanno da contrappunto momenti silenti, di opacità. Conosco persone che hanno avuto una *Intuizione Creativa* veramente maiuscola una sola volta nella vita, che tuttavia ha segnato per intero la loro vita. Ma la scansione temporale dei miti di creazione può suggerire anche che l'atto creativo va gestito nel tempo: un atteggiamento precipitoso brucia la creazione così come la pigrizia la sterilisce.

Questa disordinata incursione nei miti di creazione ci consente di individuare alcuni elementi narrativi cui attribuiamo valore simbolico:

- l'atto creativo è opera di uno *spiritus creator* che ha più attinenza con le dimensioni inconse e con la personalità globale che con quelle conscie dell'io;
- materia dell'atto creativo non è il "vuoto", ma il caos: i contenuti ignoti, sconosciuti (inconsci)
- l'atto creativo avviene nel buio, per noia, per caso o comunque per un impulso inspiegabile; esso "ci accade", poiché la sua genesi non sta nelle strutture consapevoli dell'io, ma in quelle inafferrabili dell'inconscio;
- l'atto creativo è erompende e dirompende, a rappresentare il carattere improvviso e compiuto della creazione;
- l'atto creativo è anzitutto un'illuminazione: ha il potere di fare luce, di rendere le cose più chiare (coscienti);
- l'atto creativo necessita di una scansione temporale ed energetica che prevede forme ottimali di ritmo;
- il risultato dell'atto creativo è sempre una trasformazione del *caos* in *cosmos*, un passaggio da livelli di conoscenza-coscienza approssimata, nebulosa e indifferenziata verso livelli di conoscenza-coscienza più elevata, integrata e ordinata.

Questi elementi simbolici che abbiamo estrapolato dai miti di creazione, possono costituire delle linee guida per tratteggiare una sommaria fenomenologia dell'atto creativo.

Le caratteristiche della creatività

Il caos

Tutto ha inizio nel caos. Empiricamente il fenomeno non ci è estraneo: davanti a un problema di cui non conosciamo la soluzione, in un momento critico della vita, quando siamo aggrovigliati in una situazione d'*impasse* viviamo concretamente il $\chi\alpha\omicron\varsigma$. Nei procedimenti che intendono stimolare intenzionalmente la creatività, il caos viene perseguito tecnicamente: *brain storming* è il termine con cui si designa l'afflusso libero e caotico di pensieri¹. L'adolescenza è età specificamente segnata da un intenso flusso creativo e dalla ricerca di soluzioni creative per l'esistenza: è nota anche come età di caos (oggi più frequentemente detto "casino"). Il disordine, il caos, il casino, per gli adolescenti, è un'esigenza. Naturalmente potremmo attingere anche a esempi più illustri di esperienze creative e parlare dei periodi confusivi che precedettero le grandi creazioni pittoriche di van Gogh; oppure ai momenti di travaglio che precedettero certe scoperte scientifiche. Per noi sarà importante ricordare che *caos* è archetipo dell'inconscio, dei suoi stati confusivi e dei suoi contenuti amorfi e indifferenziati. Questo aspetto segna l'esperienza creativa a tutti i livelli: quella ordinaria che è di tutti e quella geniale che è di pochi.

¹ A volte è un flusso spontaneo e individuale; in certi contesti viene sollecitato intenzionalmente e collettivamente (gruppi di ricerca), magari come libera espressione di ipotesi. In ogni caso deve fuoriuscire senza censure e senza vaglio critico.

Gli alchimisti, che nella loro ricerca intendevano ripercorrere il processo della creazione, individuavano nel caos la loro *prima materia*, quella da cui iniziare l'intera opera trasmutativa. Essi conoscevano bene anche i sentimenti che accompagnano il caos: smarrimento, impotenza e soprattutto frustrazione.

In questa fase essi collocavano un'operazione interessante, la *collectio* (collazione, raccolta) ed è un fatto che, per diventare creativa, la mente ha bisogno di immergersi in un determinato problema, di imbibirsi di emozioni, idee, pensieri e anche di nozioni, informazioni, conoscenze. Questo comporta a volte una *full immersion* in un certo clima (si parla di certi argomenti, si vivono certe situazioni, si frequentano certi luoghi, eccetera); a volte è necessario un lavoro sistematico e ripetitivo, un impegno di acculturazione: è il momento dell'*expertise*, quello in cui si matura competenza o familiarità con un certo tema. Pasteur amava dire che "il caso predilige le menti preparate". La creatività artistica di solito è insofferente nei confronti di questa fase; quella scientifica, invece, la integra nel proprio metodo di lavoro e spesso la pianifica con rigore. Edison diceva che la creatività è ispirazione per l'1% ed è traspirazione (cioè sudore) per il 99%.

La *collectio* è spesso faticosa, monotona e poco entusiasmante. Gli alchimisti parlavano dei "giorni delle ceneri" per descrivere la frustrazione, la noia e la costanza necessarie in questa fase; erano giorni trascorsi a pestare finemente la materia nel mortaio, facendosi grigi di polvere e di noia loro stessi. Ad appesantire questo stato d'animo, s'aggiunga che, mentre ci si immerge in un clima o in un argomento, non manca la percezione di annasparsi nel caos: si ha nella testa una ridda di informazioni, di pareri contrastanti, un affastellarsi di nozioni sconnesse, un disordine di idee. Il vissuto soggettivo è quello di brancolare nel buio.

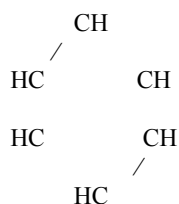
Il buio

Abbiamo visto che la creazione è spesso un atto che avviene nel buio. Anche i nostri comuni atti creativi talvolta avvengono nel buio; a volte uno si ritira nella penombra a pensare, più spesso decide di "dormirci sopra". Abbiamo esempi storici molto evidenti di come la creatività sgorgi letteralmente dal buio; uno dei più emblematici è forse quello del chimico Kekoulé che dopo un lungo periodo in cui annaspava nel caos della ricerca sugli idrocarburi, nella penombra della sera ebbe un sogno ad occhi aperti e vide un'immagine uroborica che gli aprì la mente alla scoperta dell'anello benzenico².

Il buio però può essere inteso anche in un'accezione meno letterale, come fase di incubazione che precede l'emergere dei contenuti creativi. Il pulcino, covato nel buio dell'uovo per 21 giorni prima di uscire alla luce, viene citato in maniera ricorrente nelle metafore della creatività.

Secondo un certo modello, il buio corrisponde a quella fase del processo creativo in cui si accumula una tensione sotterranea che poi sfocia in una subitanea rivoluzione. Accade così nella vita della scienza: vi sono fasi di "scienza normale", organizzate attorno a paradigmi dominanti e caratterizzate da "cambiamenti di routine" (Barnes); queste fasi, che possiamo assimilare al buio, accumulano un crescendo di tensione creativa che esplose in "cambiamenti rivoluzionari" quali, ad esempio, la rivoluzione copernicana o la teoria della relatività di Einstein. Accade così anche nella storia dell'evoluzione filogenetica: lunghi periodi di stabilità sono improvvisamente scossi da periodi di rapida e profonda trasformazione in cui l'organismo vivente reinventa aspetti importanti del proprio assetto e della propria esistenza.

² La scoperta della formula di struttura del benzene fu significativa nella storia della chimica. Questa sostanza ha la seguente struttura che, per certi versi, richiama l'immagine archetipica dell'*ouroboros*:



Propongo, inoltre, di leggere il buio come simbolo di introversione e di notare come l'atto creativo abbia bisogno di un momento di introversione: silenzio, raccoglimento, isolamento, solitudine, abbassamento degli stimoli sensoriali, eccetera.

Negli stati introversivi hanno luogo un paio di fenomeni che sono importanti ai fini dell'esperienza creativa. Anzitutto, essendo rivolti al proprio mondo interno (intro-versi!), si è maggiormente recettivi nei confronti della propria interiorità. Ciò va di pari passo con un atteggiamento di disponibilità nei confronti dei contenuti interni, con una migliore accettazione. Non a caso l'immagine orientale che esprime simbolicamente la creatività è l'acqua; analogamente anche nel mito di creazione cristiano lo *spiritus creator* aleggia inizialmente sulle acque. Possiamo preliminarmente intendere l'acqua come elemento fluido, plastico, vitale ma dotato di una certa passività, cioè come immagine della recettività introversiva. Questo stato mentale in Cina viene chiamato *wu wei* e potremmo tradurlo con "lasciar accadere"; è un atteggiamento di delicata, libera accettazione nei confronti dei nostri contenuti interni.

Ciò introduce un secondo elemento che spesso accompagna l'introversione: un certo *abaissement du niveau mentale*. Il livello di coscienza è una variabile importante nelle esperienze creative, le quali avvengono spesso in uno stato di ridotta vigilanza. Un esempio tipico è dato dalla "creazione per caso"; lo abbiamo incontrato nel mito, lo incontriamo spesso nella realtà: William Perkins scoprì i coloranti sintetici mentre era concentrato nella sperimentazione su un chinino (Goleman, 1992, p. 45). A volte sembra che davvero che nell'inconscio qualcosa si metta in moto autonomamente, invalidando ogni teoria psicologica "reattiva", fondata cioè sul principio della causa ed effetto, dell'azione e reazione.

E' frequente che la soluzione di un problema o la strategia per affrontare una difficoltà ci venga in mente mentre stiamo facendo altro, mentre siamo soprappensiero, mentre ci stiamo truccando o facendo la barba, cioè quando il livello di concentrazione sul problema è basso. Si ricorderà che nel mito Achomawi la Volpe crea l'universo mentre il Coyote, suo partner creatore, dorme. In una ricerca, alcuni scienziati riferiscono di aver trovato la chiave di qualche problema "mentre lavavo i piatti", "mentre guidavo", "a cena coi colleghi", "viaggiando in treno" (Melucci, 1994, p. 66).

M. L. von Franz osserva che questa alterazione del livello di coscienza può essere pervasiva e stabile oppure alluvionale e occasionale; cita ad esempio due temperamenti artistici quasi opposti: van Beethoven che viveva in uno stato mentale quasi stabilmente alterato e Goethe che invece conosceva momenti solo occasionali di alterazione, spesso innescati dall'esperienza amorosa (ibidem, p. 65).

La ricerca di uno stato di coscienza modificato induce talvolta all'uso di sostanze psicodislettiche. Vi sono artisti che fanno ricorso a queste sostanze nel loro lavoro creativo; altri –non necessariamente artisti- parlano di una spiccata immaginazione creativa sperimentata in stati di coscienza alterati da sostanze. Alcuni studiosi (S. Grof ad esempio) sono sostenitori del ruolo positivo che certe sostanze esercitano sull'esperienza creativa; ma molti altri (Arieti *in primis*) assumono posizioni molto critiche nei confronti di queste pratiche.

Uno degli effetti concreti e frequenti delle sostanze psicodislettiche consiste nell'accentuare i sentimenti di inflazione che spesso accompagnano l'esperienza creativa. E' facile riscontrare difatti che "quando è ancora in noi, l'idea [creativa] ci appare straordinaria, ma quando la portiamo alla luce subisce sempre una riduzione relativa: è la montagna che partorisce il topolino" (von Franz, op. cit., p. 85). Per la psicologia archetipica l'atto creativo comporta una contaminazione di tutto l'inconscio da parte dell'idea creativa e ciò induce un sentimento inflazionato di sé; si ha cioè l'impressione di essere sul punto di afferrare qualcosa di rivoluzionario, di grandioso, che sconvolgerà la ricerca futura, che non è mai stato visto prima con tanta chiarezza e ampiezza. Queste sensazioni sono particolarmente vivide durante le esperienze psicodislettiche e il confronto con la realtà, poi, è proporzionalmente deludente.

Creator Spiritus

Dante, dopo aver vagato per un certo tempo nel caos e nel buio della *selva oscura*, viene improvvisamente accecato e tramortito da un fulmine. Quando vede la luce è al di qua dell'Acheronte, quando il tuono lo risveglia è al di là. Il suo genio poetico non ci dice come è accaduto questo passaggio; ci dice solo che esso accade.

Lo stesso inesplicabile "salto" avviene in molte forme dell'esperienza creativa: si annaspa nel buio, ci si dibatte nel caos e improvvisamente ci si ritrova la soluzione tra le mani, senza sapere come si sia arrivati a quell'idea, a quella comprensione. I termini che spesso invochiamo per descrivere quest'esperienza sono quelli di ispirazione o di intuizione.

L'intuizione, nella psicologia junghiana, è una funzione conoscitiva che non passa né attraverso la sensazione né attraverso il pensiero. In altre parole entriamo in possesso di un'informazione senza l'uso degli organi di senso e senza l'azione dei processi mentali coscienti; potremmo definire l'intuizione una percezione che avviene a livello inconscio. Per questo essa ci risulta estranea ("mi è venuta"), inspiegabile (come si potrebbe rendere conto di una cosa che non conosciamo?!) e improvvisa (in realtà ciò che percepiamo come istantaneo è il passaggio dell'informazione dallo strato inconscio a quello conscio). In questo senso –come dice Jung- "l'intuizione ci precede": essa giunge cioè là dove il conscio non è ancora arrivato e ha il carattere dell'impulso autonomo. Tutte queste caratteristiche e queste descrizioni si fanno chiare se consideriamo l'atto intuitivo come un processo conoscitivo che si forma nell'inconscio.

Una delle forme in cui si esprime di preferenza l'ispirazione creativa è la fantasia. Essa costituisce una sorta di *fil rouge* che caratterizza sia le forme più elevate che quelle più ordinarie della creatività, quasi un ingrediente fondamentale e qualificante. Ad essa sono riconducibili alcune caratteristiche salienti dell'atto creativo: salto rispetto alla strutturazione del reale; stranezza e assurdità concettuale; carattere inatteso e sorprendente che colpisce. Una certa concezione della creatività identifica con la fantasia l'intero processo creativo e identifica i "creativi" con chi per lavoro sforna immagini e slogan capaci di far colpo, di sbalordire, di colpire con la loro bizzarria, stranezza, imprevedibilità. Ma questa è solo l'"ombra" della creatività; è un aspetto, artificiosamente dilatato, di un processo più complesso e più fecondo. Veri professionisti della fantasia sono invece i bambini, la cui attività mentale è popolata di immagini, è ampiamente svincolata dal principio di realtà ed è in forte connessione con l'inconscio. La danza di idee e di immagini che popolano la fantasia e il gioco infantile (gioco sarà un altro termine centrale per comprendere la creatività) è il riscontro quotidiano e concreto della "danza di Shiva" che nella mitologia induista crea (o ricrea) in quel modo l'universo .

La fantasia rimanda non tanto all'infanzia personale, quanto all'infanzia archetipica, cioè all'archetipo del *Puer*. Esso costella un complesso di caratteristiche che spesso si ritrovano (con diversi gradi di intensità o di "gravità") proprio nelle personalità creative. Tra le più importanti: travagliato adattamento al reale, stile di vita provvisorio (*provisional life*), intolleranza per gli schemi e le ingabbiature, invenzione di stili anticonvenzionali, amore per l'impossibile, idealismo da sognatore e fantasia molto vivida, atteggiamento ludico, estetismo ed ebbrezza. Spesso queste caratteristiche vengono percepite come negative, ma Guilford (1967) ipotizzò una "personalità creativa", attribuendole flessibilità (dunque rifiuto degli schemi), fluidità (dunque assenza di rigidità), originalità (dunque stile anticonvenzionale), capacità di analisi e sintesi (dunque vivacità). Per sua stessa natura la fantasia ha il carattere dell'assurdo, dell'irreale, dell'inusuale.

In ciò sta anche un elemento caratteristico dell'atto creativo: quello di ribaltare la visione, di introdurre un'angolatura mai contemplata, di porre domande più ancora che di conoscere risposte. Parsifal, che sappiamo alla ricerca del misterioso Graal, un giorno giunse alla corte di Amfortas dove vide l'oggetto della sua ricerca passargli proprio davanti al naso. Ma non riuscì a toccarlo né a possederlo né a conoscerlo per "non aver saputo porre la domanda". Parsifal è qui un'immagine dell'ordinario stato di coscienza che non sa "porre la domanda" o che non sa porla in modo fecondo, creativo. Per fare questo è spesso necessario un sovvertimento dell'ordine cosciente, un'innovazione che proviene da un altrove (l'inconscio) e che viene introdotta dalla fantasia, dall'ispirazione creativa. Hillman (1988) ascrive al *puer* il non banale compito di dare voce e vita

alle immagini della fantasia, di mantenere pervia la via dei contenuti inconsci e di sospingerci incessantemente verso l'alto. Ciò non accade nell'infantilismo puerile, ma nel momento in cui il *puer* dà voce (a volte impudica e impudente) allo *spiritus creator*.

L'illuminazione

Il fenomeno creativo ha sempre il carattere di un "salto". E' un atto rivoluzionario nel senso che ribalta (rivoluziona) l'assetto esistente. "Se uno continua a fare quello che ha sempre fatto, continuerà a ottenere quello che ha sempre ottenuto", dice Larry Wilson (in Goleman, op. cit., p. 147).

In termini più propriamente psicologici, Guilford (1971) parla di "pensiero divergente", caratterizzato da flessibilità, fluidità e originalità. Grazie a queste caratteristiche esso sovverte, capovolge la percezione del campo, la sequenza di operazioni già apprese, le strategie di soluzione già collaudate. Nell'uomo il pensiero creativo è spesso supportato dal "pensiero della mano sinistra", ovvero dalle funzioni dell'emisfero sinistro, più estranee -come noto- ai processi logico-deduttivi e razionali in genere.

Manifestazioni di pensiero divergente si incontrano anche negli animali.. Köhler ha condotto esperimenti probanti e interessanti sulle scimmie antropoidi già fra il 1910 e il 1920. Ad esempio una scimmia veniva istruita a salire su una pila di scatole per raggiungere delle banane e, in altra situazione, veniva addestrata ad usare un bastone per spingere una leva molto in basso. Messa in una situazione insolita (una gabbia con delle banane in alto, ma in cui non c'erano scatole su cui salire e c'era invece un bastone), improvvisamente essa rovesciava gli schemi appresi e cercava di afferrare le banane per mezzo del bastone. Esempio manifesto di creazione (apparentemente) *ex nihilo*.

La creazione ha sempre come esisto quello di produrre qualcosa di nuovo; in questo senso i miti cosmogonici sono l'espressione esemplare della creatività. A livello ordinario l'esperienza creativa è vissuta come la capacità di fare e pensare qualcosa che nessuno aveva fatto o pensato prima. Non si tratta tanto di fare qualcosa di impossibile per gli altri, ma qualcosa che non era stato concepito prima: ciascuno di noi si sente in grado di dipingere come Kandinsky ("quello riesco a farlo anch'io"), ma ciò non sarebbe un'esperienza creativa; atto veramente creativo fu il concepire un dipinto accostando figure geometriche semplici.

La creazione è sempre un'illuminazione. Abbiamo visto che frequentemente i miti cosmogonici narrano di un *fiat lux*. Da un punto di vista simbolico, si disse, la creazione della luce corrisponde a un incremento della consapevolezza; è un vederci più chiaro. La metafora della procreazione per esprimere il processo creativo a questo punto è completa: qualcosa di non conosciuto germina nel buio, necessita di un tempo di gestazione e infine "viene alla luce". Già Wallas (1926) distingueva il processo creativo in tre fasi: la preparazione, l'incubazione e l'illuminazione.

E si tratta di un'illuminazione particolare: improvvisa, rivelatrice, dinamizzante. Non sempre è un'esperienza mentale, intellettuale. Nell'articolato universo egizio, la cosmologia tebana aveva in Ptah il suo *deus faber*. Ptah era un dio artigiano che plasmava l'universo sul suo tornio da vasaio; forse per questo un sinonimo egizio del verbo "creare" era *khenem* e il suo geroglifico era un'anfora di terracotta. La figura di Ptah è lì a testimoniare che talvolta la creatività avviene nell'atto stesso in cui si agisce: un ragazzino non ha idee, ma si mette a scrivere e i contenuti gli escono dalla penna; si potrebbe dire che apprende da ciò che ha scritto quello che pensava dell'argomento. Un artista non sa cosa produrrà, ma si mette al cavalletto e il dipinto prende forma quasi a sua insaputa.

Nelle esperienze più intense la creatività ha il carattere molto singolare di "esperienza ottimale": la motivazione proviene tutta da stimoli intrinseci e non da fattori esterni; il rapporto fra difficoltà del compito e capacità di superarle è vissuto con sentimento di piena adeguatezza; l'attenzione è focalizzata e non può essere distolta da nient'altro; spesso ne consegue distorsione della percezione temporale; si verifica un "flusso" spontaneo, sovrabbondante e lucido di pensieri; la persona è totalmente coinvolta nella sua azione e tuttavia molto consapevole di sé in modo così piacevole che

nient'altro sembra contare. Questa fenomenologia fa rientrare i momenti di illuminazione creativa fra le *peak-experiences* di Maslow e nelle sue forme più intense è assimilabile all'estasi (che è essa pure una "illuminazione"). La definizione di "esperienza di flusso" è stata introdotta da Mihaly Csikszentmihalyi (1990), ma non si tratta di una scoperta: la psicologia analitica aveva riconosciuto da tempo lo statuto di *peak experiences* ai momenti e agli stati in cui l'io si trova in piena assonanza col Sé.

Il tempo

Nei miti delle origini alla creazione dell'universo spesso corrisponde anche la creazione del tempo: nella Genesi, ad esempio, la creazione è scandita nell'arco dei sette giorni. Nei miti greci il dio dei primordi è *Kronos*, il cui nome allude manifestamente a *Chronos* (tempo) e spesso il fatto che egli divori i suoi figli viene interpretato come allegoria del tempo che ingoia le sue creature.

Nel nostro contesto questi aspetti del mito inducono a evidenziare che l'atto creativo deve confrontarsi con la dimensione temporale. Melucci recupera a questo proposito la dialettica di Calvino fra un "tempo di Vulcano", che racchiuso nella sua fucina sotterranea e semibuia forgia metalli e fabbrica opere creative, e un "tempo di Mercurio", dio esagitato e iperattivo, che è tutto azione e movimento (1994, p. 228). Non l'una o l'altra, ma entrambe queste dimensioni temporali appartengono all'atto creativo: chi fa della creatività un mestiere descrive spesso periodi di vuoto, inquietudine, fermento, incubazione, in cui la tensione creativa cresce (il "tempo di Vulcano"), seguiti da momenti di fervore, frenesia, attività, esaltazione, in cui la tensione creativa esplose e si scarica (il "tempo di Mercurio") e alla fine svuotamento e bisogno di ricarica. Per Marcelle Spira (1986, p. 147) un modello psicobiologico molto arcaico di questo funzionamento potrebbe rintracciarsi già nel ritmo di incorporazione-espulsione con cui il neonato affronta sia gli stimoli esterni (il cibo, ad esempio), sia quelli interni (la propria aggressività, ad esempio).

Troppo frequentemente l'atto creativo viene identificato con il momento espulsivo, quello in cui l'artefatto viene alla luce. Occorre però porre maggiormente l'accento sulla fase di incorporazione e di incubazione; questa è la vera fucina vulcanica della creatività. I germi creativi vanno coltivati in un adeguato clima introversivo e vanno affidati al tempo di Vulcano, che -a differenza di quello di Mercurio- è un tempo occulto, lento, di attesa. Proprio per la lentezza della gestazione Leonardo da Vinci riteneva opportuno mettere in fermentazione più progetti e lavorare a ciascuno solo al "momento giusto", lasciandoli appena il flusso creativo si affievoliva.

Il "momento giusto" corrisponde alla fase espulsiva del parto; nessuno può stabilire a priori quando avverrà. Soltanto una creatività che è l'ombra di se stessa può sfornare un'idea creativa a comando o a termine (in realtà, abbiamo visto che i creativi di professione spesso sfornano idee originali e provocatorie più che creative in senso pieno). Ciò significa che il fermento creativo non può essere interrotto prematuramente dalla compulsione ad agire; Dieter Baumann -noto analista junghiano che è anche nipote di Jung- rifiuta persino di parlare di un'idea, di un'intuizione fino a quando non è il "momento giusto". E Jung scrisse le sue voluminose opere tutte a mano, con calligrafia volutamente lenta e curata per non bruciare la vena creativa col fuoco della frenesia.

Per contro, rispettare la legge del tempo significa anche che un'idea non può essere trattenuta più del necessario: dopo un certo tempo avvizzisce e perde di significato. L'esperienza creativa ci confronta, in altre parole, con la categoria del ritmo. Hanna Segal suggerisce che l'esperienza estetica e la nozione stessa di armonia, due aspetti rilevanti nelle produzioni creative, affondino le loro radici in esperienze biologiche arcaiche che sono ritmiche e totalizzanti: il respirare, il battito del cuore, il succhiare, il rapporto sessuale. I miti delle origini parlano lo stesso linguaggio quando narrano di Shiva che danza al ritmo della musica emessa da un flauto e con la sua danza segna la *Mahapralaya* (distruzione cosmica) e la restaurazione di un nuovo cosmo. La creatività è un'esperienza psichica che sta in bilico fra la destrutturazione del vecchio e l'invenzione del nuovo.

I meccanismi della creatività

L'enigma della creatività

Nel libro sapienziale cinese *I Ching* il primo dei sessantaquattro esagrammi è *Kienn*, il creativo e rimanda al cielo, al padre e alla forza. Nella sua struttura ci sono cioè elementi che già conosciamo (la creatività come atto che si pone all'origine di salti conoscitivi ed esperienziali; la potenza della creatività, eccetera), ma c'è anche un riferimento alla creatività come fenomeno celeste, divino. E, richiamando quanto precisato in apertura, divino implica anche una porzione di imperscrutabile.

Lo stesso Freud, che per primo si occupò analiticamente dei fenomeni creativi e della creatività artistica in particolare, parlava di un fenomeno "psicologicamente ancora enigmatico" (1910/1974, p. 168) e diceva che "dove venga all'artista la capacità di creare non è problema della psicologia" (1913/1974, p. 269).

E' passato all'incirca un secolo da quegli scritti; soprattutto negli ultimi 30 anni gli studi sulla creatività si sono moltiplicati, ma il nucleo di questo fenomeno rimane "psicologicamente ancora enigmatico". E forse manterrà sempre un nucleo inaccessibile ed enigmatico, se è vero che la creatività è atto squisitamente divino (che attinge dunque alla totalità psichica nel suo insieme, espressamente comprensiva di un aspetto inconscio).

La sorgente dei contenuti

Occorrerà partire proprio di qui: dalla creatività come fenomeno che attinge all'inconscio. Naturalmente è necessario accettare prima l'ipotesi dell'inconscio.

L'inconscio è quella porzione della personalità totale che non è assoggettata ai processi di adattamento alla realtà (Io), né alle norme e alle costrizioni sociali (Super-io). Ciò rende ragione del fatto che la fantasia, il cui ruolo nell'atto creativo abbiamo visto centrale, goda di un particolare statuto di libertà. Essa in effetti è attività di pensiero sottratta al principio di realtà e quindi ispirata essenzialmente al principio del piacere o, più genericamente, alla logica dell'inconscio. Di qui l'intenso godimento che accompagna l'esperienza creatrice, ma anche il carattere sovversivo dell'atto creativo e, al suo estremo, il temperamento asociale, irriverente o anarchico delle personalità dominate dalla funzione creatrice. Il gioco dei bambini è espressione pressoché pura della "fantasia al potere", ma anche nell'adulto sopravvive una certa parte di pensiero esentato dal principio di realtà, ad esempio nei sogni ad occhi aperti o, appunto, nel pensiero creativo. Diremo meglio che la creatività è intermedia fra realtà e fantasia e che non è unicamente inconscia e anarchica rispetto alla realtà. Tra l'altro, ciò sarà un criterio per discriminare fra creatività e patologia.

La fantasia è una forma di pensiero assai singolare; Arieti parla di una "psicologia paleologica" e lo accosta al pensiero mitico dei popoli antichi o delle culture aborigene. Esso è essenzialmente figurativo anziché verbale; tende a dare spessore concreto alle parole e ad alterare il rapporto parola-significato; si fonda sulla somiglianza e sulla contiguità; genera metafore e similitudini; è intriso di processo primario. La funzione creativa dunque attinge ai livelli più arcaici della psiche umana. Anche per Jung l'impulso creativo si muove in uno scenario di immagini e di fantasie "che scaturiscono da un mondo interiore e generano forme cangianti ora plastiche ora fantasmagoriche" (1952/1970, p. 34). Noi facciamo uso quotidiano di questo pensiero ogniqualvolta ridiamo di una barzelletta, o facciamo una battuta di spirito o organizziamo uno scherzo. L'umorismo è una delle forme creative più usuali e talvolta più gioiose.

La funzione creativa dunque attinge ai livelli più arcaici e inconsci della psiche umana e nel fare ciò il pensiero creativo fa abbondante ricorso a una categoria mentale particolare che si chiama simbolo. Spesso utilizza simboli già elaborati dal pensiero mitologico come nell'immagine dell'*ouroboros* vista da Kekulé. F. Capra ha fornito molti esempi di come le moderne teorie scientifiche riformulino con termini nuovi gli stessi simboli dell'antichità. Ad esempio, la concezione dell' "universo dinamico" ripropone l'immagine di Shiva il Danzatore Cosmico; la teoria duale della materia (come particella e come onda) richiama la dualità del taoismo; la polarità delle cariche nell'atomo (positiva nel nucleo e negativa negli elettroni) rispecchia la polarità del

T'ai chi, eccetera. Altre volte la creatività produce simboli nuovi; esempi frequenti si ritrovano nella creatività artistica, che costituisce uno strumento interessante attraverso cui contenuti inconsci producono forme simboliche continuamente attuali.

Sarebbe interessante aprire qui una comparazione fra creatività corrente e creatività artistica. Mi limiterò a sollecitare la riflessione proponendo un'osservazione che si fonda sulla prossimità fra atto creativo e inconscio. I miti di creazione ci dissero, difatti, che lo *spiritus creator* ha sempre carattere divino e che quindi attinge in maniera sostanziale alle dimensioni inaccessibili, imperscrutabili e ignote della psiche. L'ipotesi che suggerisco è che la creatività artistica sappia esprimere delle realtà inconse collettive. Alcune opere creative darebbero forma cioè a contenuti dell'inconscio collettivo, i quali si avvicinano alla coscienza grazie a esse. Ciò comporterebbe un corteo di sensazioni, di emozioni e anche di conoscenze (illuminazioni) che caratterizzano l'esperienza artistica, sia nella sua forma attiva (la creazione) sia in quella recettiva (la fruizione).

L'inconscio come polo conflittuale

L'abusato termine "inconscio" sta perdendo il suo potenziale semantico, per cui può non essere superfluo richiamare che, al fondo, esso designa qualcosa che è antagonista del conscio, che è estraneo al conscio, che non può (!) essere conscio, salvo non chiamarsi più così e non essere più tale. Corollario: attingere all'inconscio significa attingere a contenuti che sono antagonisti del nostro modo di pensare, delle nostre convinzioni, di noi stessi. Sono il nostro polo conflittuale.

La psicoanalisi della prima ora ne dedusse che la creatività (soprattutto la creatività artistica) dà voce e forma ai conflitti della psiche. Gli studi freudiani sull'Edipo di Sofocle o sull'Amleto di Shakespeare si fondano su questo assunto. Secondo Freud certi capolavori diventano immortali quando rappresentano conflitti che caratterizzano l'uomo da sempre e per sempre. "Le opere d'arte sarebbero soddisfacenti fantastici di desideri inconsci ... e dovrebbero saper evitare il conflitto aperto con le forze della rimozione" (1925/1978, p. 131). Da questo punto di vista gli artisti sono stati anticipatori delle conoscenze psicoanalitiche e interpreti di conflitti che accomunano ciascuno di noi. Per questa ragione il regista Ingmar Bergmann è stato proclamato psicoanalista *honoris causa*.

Secondo questa filiera logica i nuclei conflittuali (e *a fortiori* i conflitti nevrotici, che sono quelli più aggrovigliati e di maggiore investimento energetico) sono la vera sorgente della creatività. Rank, dando sviluppo più pieno a questo concetto, colloca nelle tendenze patografiche dell'artista la sua vena creativa. Un esempio evidente per lui è dato dalla figura di E. A. Poe, la cui madre morì che egli aveva tre anni. La sua fissazione materna avrebbe determinato sia la ricerca di partner dall'aspetto smorto, ammalate di tubercolosi e destinate alla morte, sia la frequente introduzione di figure simili nei suoi scritti. Secondo questa lettura il conflitto inconscio e il conflitto nevrotico in particolare sono la vera sorgente della creatività.

Una lettura che in 90 anni di storia non è andata esente da critiche.

Un secondo approccio alla questione vuole che la creatività non sia solo una rappresentazione del conflitto, quanto un tentativo di risolverlo. In quest'ottica la creatività (quella artistica in particolare) si propone come via privilegiata per conciliare le polarità del conflitto e i contrasti fra conscio-inconscio, realtà-piacere, Io-Ombra, Persona-Anima, eccetera. In effetti, anche la rilettura del mito di creazione fatta da Guccini colloca Lucifero accanto a Dio fin dal primo momento della creazione; coppie di creatori antagonisti fra di loro compagno, poi, in molti miti di creazione (compreso quello citato della Volpe e del Coyote). L'esempio mitologico più esplicito è dato dalla cosmogonia persiana in cui il dio Ahura Mazda esiste dall'eternità in eterna luce e onniscienza, ma contemporaneamente a lui esiste dall'eternità Ahriman, nelle profondità e in eterna tenebra. Più recentemente, la teoria di Jordan e Dirac sulla formazione dell'universo ipotizza che il cosmo abbia avuto origine da due elettroni gemelli.

Forse questa struttura archetipica parla di tendenze antitetiche onnipresenti nella psiche, da cui scaturisce l'impulso creativo; in questo senso per M. L. von Franz "ogni impulso creativo racchiude sempre un *si* e un *no*, un aspetto attivo e uno passivo" (op. cit., p. 82). M. Klein ha rintracciato la

prima, clamorosa manifestazione di questi opposti nella polarità distruzione-riparazione che il neonato nutre nei confronti del seno: impulsi distruttivi verso il seno frustrante e impulsi riparativi di desiderio e di riparazione verso il seno nutriente. Per l'Autrice, l'esigenza di dominare oggetti e impulsi cattivi alimenta la prima ricerca di compiutezza e armonia. La prima creatività, per la Klein, attinge al senso di colpa e ai sentimenti depressivi, al bisogno di riparare, alla ricerca -dentro e fuori di sé- di oggetti integri, completi, belli che il bambino credeva perduti a causa della propria distruttività. E' in questo contesto che mi piace leggere l'espressione di van Gogh: "per non lasciarmi andare alla disperazione ho scelto la malinconia attiva. Ho preferito la malinconia che spera a quella cupa e sterile che dispera". Per lui, purtroppo, era solo una dichiarazione d'intenti.

Secondo M. Klein questa polarità è così primitiva da costituire un modello universale delle tensioni amore-odio e, più genericamente, della polarità vita-morte, *eros-thanatos* (1963/1972, p. 76-77). Con la felice espressione di Stokes la tensione degli opposti psichici, la tensione "*eros-thanatos* costituisce il basso continuo che accompagna la melodia delle immagini di integrazione usate in armonia per creare la musica della Forma" (1955/1966, p. 527). Quanto sia potente questa tensione fra istinto di vita e istinto di morte appare con evidenza, ad esempio, nella produzione letteraria di Nietzsche, la cui creatività si regge in perenne e instabile equilibrio fra Cristo e Anticristo, fra moralità e immoralità, fra bene e male (Spira, 1986, p. 69).

Rispetto a M. Klein, Winnicott sposta il *focus* dell'attenzione, ma non muta lo schema interpretativo, quando ricerca la prima matrice della creatività nella formazione di oggetti transizionali. Com'è noto, si tratta di oggetti, come il "ciuccio", il peluche o la coperta di Linus, che nella fantasia infantile costituiscono un surrogato materno che aiuta a superare le primitive fasi di attaccamento. Esperienze normali e violente come la separazione, l'allontanamento, lo svezzamento mobilitano strategie psichiche per fronteggiarle. E' lì che la fantasia del bambino introduce una trasformazione nella percezione di un qualche oggetto (la coperta di Linus o il peluche o il succhiotto), il quale viene trasfigurato e da oggetto reale diventa oggetto simbolico. Una deformazione creativa lo trasforma in alleato con cui affrontare il distacco, lo svezzamento, la vita.

Anche Jung, che ha dato enorme rilievo agli opposti psichici, vede nella funzione creativa uno strumento di sintesi grazie al quale tentare un'impossibile conciliazione. Neumann svilupperà le intuizioni del maestro rintracciando in certe forme di creatività un tentativo di ridurre la tensione fra gli archetipi dell'Ombra e della Persona (1978, p. 34-35).

Tutte le osservazioni analitiche qui accennate convergono sulla convinzione che la fantasia tenti di ripristinare la pienezza perduta attraverso la formazione di simboli. La funzione creativa consente così di non vivere il passato come perdita e disperazione e di riformulare il presente come possibilità di benessere e come occasione di ripristinata pienezza. Le fantasie suscitate dai conflitti più arcaici alimentano la prima formazione di simboli e la creatività adulta attinge a queste forze emozionali originarie e potentissime attraverso il simbolo. Di conseguenza la ricerca psicologica si va interessando sempre più alla creatività come fenomeno che non si limita a riprodurre il conflitto, ma che ne inventa delle soluzioni. Si va interessando anche ai meccanismi attraverso cui si realizza questo obiettivo.

Fin dagli inizi del secolo XX si riconobbe nella creatività il meccanismo della sublimazione: impulsi inaccettabili dal punto di vista del reale vengono modificati creativamente fino al punto di poter essere agiti. La pittura di Ligabue sarebbe così una sublimazione di impulsi aggressivi che non possono essere agiti come tali, esattamente come il gioco della guerra o dei cow-boy per i bambini o le storie che molti genitori inventano ogni sera per addormentare i figli piccoli.

Più tardi l'attenzione si è appuntata sulle cosiddette "componenti narcisistiche" della creatività. Essa, in effetti, alimenta l'illusione di una certa onnipotenza quando trova gratificazioni che la realtà non consente. C'è un'aria di trionfo nelle scimmie che improvvisamente hanno l'illuminazione di come arrivare alla banana; la stessa aria di esaltazione si legge sul viso del bambino che col celebre "gioco del rocchetto"³ riesce a padroneggiare l'angoscia di

³ Il gioco del rocchetto è celebre nella letteratura psicoanalitica: un bambino piccolo gioca con un rocchetto legato a un filo e lo lancia oltre in un luogo fuori dalla propria vista, gridando "ooh!"; poi lo recupera, tirando il filo e gridando

allontanamento. Nella creatività si tende a riconoscere una forma evoluta e sana del narcisismo primario, che assolve funzioni di sintesi fra istanze contrapposte della vita psichica e tende a una sostanziale armonia interna.

Arieti (1979) ha tratto tutto ciò entro la sua teoria della funzione creativa quale “processo terziario” che fa da ponte e da sintesi fra il processo primario (inconscio ed emozionale) e quello secondario (conscio e razionale), fondendo le caratteristiche di entrambi in un’esperienza che rimane carica dell’energetica e dell’emozionalità dell’inconscio, ma che non si sottrae anarchicamente all’esigenza di fare i conti con la realtà.

A ben vedere, nel ripercorrere le posizioni di Freud, Klein, Winnicott, Jung, Arieti (e di altri) si compie un progressivo viraggio verso una visione sempre meno patologica e sempre più elevata della funzione creativa. Essa viene progressivamente sottratta alle radici nevrotiche della personalità e viene configurata come operazione sana e costruttiva della vita psichica. In questa prospettiva si potrebbe persino dire che l’artista non crea a causa della sua nevrosi, ma nonostante la sua nevrosi. Si profila in questo modo una concezione esistenziale, secondo cui la creatività appartiene al talento umano e non alla patologia umana. La creatività è un’esperienza dotata di senso e che introduce al senso profondo delle cose.

Il senso della creatività

Perdita di senso e ricerca di senso

Ciò significa anche che tra creatività e follia corrono più differenze che somiglianze.

L’affinità fra i due fenomeni (quella che sta alla base degli originari accostamenti della creatività alla follia) si fonda in primo luogo sul contatto estremamente ravvicinato con l’inconscio: la creatività come la follia attinge certamente ai contenuti dell’inconscio. La storia dell’arte è costellata di figure (da van Gogh a Nietzsche, da Beethoven a Nerval) il cui Io si è frantumato in questo incontro ed è stato devastato dalle energie sprigionatesi dall’inconscio. M. Spira (op. cit. p. 144) paragona questo fenomeno a quanto avviene nel bombardamento atomico: “in analogia con la fisica nucleare, può essere rappresentato nella forma di bombardamento dell’atomo e come conseguenza del bombardamento energetico intollerabile che ciò comporta”. Non diversamente per Jung: l’impulso creativo è concepito come un istinto di base della personalità, ma quando esso non viene adeguatamente contenuto e organizzato all’interno del processo di individuazione, la dirompente potenza degli archetipi dilaga ed è devastazione psichica. La creatività, e in questo sta una delle differenze sostanziali rispetto alla follia, è sempre alla ricerca di un “equilibrio fra le forze contenute, guidate, controllate e quelle che esplodono...”, facendo ogni individuo un potenziale artista in continua possibilità di *essere* o di *non-essere*” (Spira, op. cit., p. 165).

In secondo luogo creatività e follia hanno in comune il fenomeno dell’originalità, dell’imprevedibilità, della bizzarria. Ma qui scattano immediatamente le differenze. Perché il delirio (o l’allucinazione) sono dissociativi, frutto di scissione e frammentazione, mentre la creatività possiede un’intrinseca funzione sintetica. Il sintomo, inoltre, è statico e ripetitivo; la creatività, invece, per sua essenza è innovativa. La follia è strana, ma assurda; la creazione è strana, ma portatrice di senso. Essa si muove squisitamente in direzione dell’espansione della coscienza e non è bizzarria dovuta alla restrizione di coscienza: Hillman ha sondato le varie forme del processo creativo come percorso di espansione della coscienza. In questo senso la psicoanalisi è stata una grande, collettiva operazione di creatività che ha ripercorso temi e simboli già espressi dai pionieri della vita psichica (poeti e artisti), ma con l’aggiunta della scoperta del senso interno alle loro figure, immagini e simboli. Tutto ciò si declina anche nel più ordinario livello dell’analisi individuale: vivere creativamente la sofferenza è la base per un’acquisizione di senso e diventa strumento elettivo di guarigione psichica.

“*aah!*” con grande soddisfazione. Questo gioco è stato interpretato come una creativa operazione di controllo sull’allontanamento di ciò che esce dal suo campo visivo (“*ooh!*” starebbe per *fort:* “*via!*”; “*aah!*” starebbe per *da:* “*qua!*”). In questo gioco il bambino acquista il potere e il controllo sulla situazione: tirando il filo può far riapparire a sua discrezione l’oggetto scomparso e ciò gli dà quella sensazione trionfante con cui grida “*aah!*”: “*qua!*”.

Con un rapido inciso collocherei in questo contesto anche un ulteriore elemento distintivo della creatività: la passione. La passione caratterizza l'*eros*, così che ogni creazione è “una fatica d'amore” (Goleman, op. cit., p. 33). Del resto non è una scoperta per nessuno che l'amore sfocia spesso in una creazione o pro-creazione. L'amore è creativo per sua natura.

In terzo luogo, il contatto creativo con le immagini dell'inconscio può sfiorare il delirio, ma rimane distinto da esso. L'autobiografia di Jung registra un suo incontro con le figurazioni dell'inconscio a Ravenna (1934), quando vide alle pareti del *Battistero degli Ortodossi* quattro mosaici che non ci sono mai stati e in particolare l'immagine di Pietro che sta per annegare nelle acque del mar di Tiberiade. Quelle immagini gli diedero la misura di quanto reale sia il rischio di perire nel confronto con l'inconscio. Esse entrarono anche nella sequenza di immagini da cui egli trasse la convinzione che l'Europa fosse, come in realtà era, sull'orlo di un naufragio collettivo (la seconda guerra mondiale).

Ciò consente di riflettere sul fatto che la funzione creativa, grazie al suo contatto ravvicinato e fecondo con l'inconscio, è uno strumento molto particolare di conoscenza. Se la follia segna la perdita del senso (immagini senza senso per la persona, discorsi senza senso per chi ascolta, messaggi senza senso sussurrati dalle “voci”), la cifra specifica della creatività è la “presa di senso”. L'atto creativo squarcia le tenebre e ciò che prima era confuso e buio ora diventa chiaro e prende senso. Fu pioniere di questa convinzione Groddeck, il quale considerava creativa non solo la produzione artistica, ma l'atto di comprensione in genere, la “captazione del senso profondo che nasce dalle radici inconse dell'individuo, radici che, costituendo l'essenza stessa della vita, sono comuni a tutti gli uomini” (De Caroli, 1996, p. 39).

Per questa via si consuma anche il processo di differenziazione e di autonomia dell'atto creativo, che cessa di essere identificato con l'arte. La fantasia, il pensiero immaginativo e la funzione creativa attingono all'inconscio, con-tengono le polarità psichiche, arrecano senso non solo quando “fanno arte”.

Per Jung le enormi potenzialità della funzione creativa derivano dal contatto con l'inconscio collettivo, al quale egli ascrive espressamente “una disposizione psichica di tipo creativo” (1936a/79, p. 547-8). Grazie al carattere universale dell'inconscio collettivo, il pensiero creativo che attinge ai suoi simboli finisce per parlare un linguaggio universale, come testimonia non solo la produzione artistica, ma ogni produzione simbolica (narrazioni, miti, leggende, sogni, disegni, giochi, eccetera). Inoltre i simboli dell'inconscio collettivo possiedono un carattere numinoso che conferisce loro potenza evocativa e un forte impulso dinamico, una forte spinta all'azione. M. Eliade ha sviluppato osservazioni e commenti interessanti da questo punto di vista, ad esempio sull'arte di Brancusi e sul modo di accostarsi alla pietra di questo artista; un incontro con un simbolo archetipico, con una ierofania antica che manteneva tutta la carica, la reverenza, la sacralità e la potenzialità espressiva che lo spirito umano ha sempre sperimentato nel suo accostarsi alla pietra. Riflessioni analoghe si potrebbero sviluppare a proposito di moltissime altre espressioni artistiche; a solo titolo di esempio: quelle di Moore e di Botero sono interessanti elaborazioni in chiave moderna dell'archetipo della Grande Madre. Ma le stesse riflessioni possono applicarsi anche al disegno infantile: non sono diversi –da questo punto di vista.- i “cefalopodi” che decorano le pareti di tutti gli asili e i disegni della donna fatta a palla che ogni insegnante conosce.

L'inconscio collettivo come sostrato generale cui attinge la psiche individuale è un costrutto psicologico che rende ragione di ulteriori fenomeni della creatività. E' noto, ad esempio, che certe scoperte scientifiche sono di difficile attribuzione perché due o più ricercatori giungono pressoché contemporaneamente agli stessi risultati. In psicologia, ad esempio, Desoille in Francia e Leuner in Germania svilupparono due tecniche sostanzialmente identiche negli stessi anni e ognuno all'insaputa dell'altro. A livelli molto più ordinari molti di noi hanno avuto delle piccole illuminazioni, che poi hanno trovato scritte –magari in termini più felici- da Autori più affermati. Spesso questi fenomeni danno l'impressione di plagii o di imitazioni, ma in molte occasioni ricercatori diversi scoprono le stesse cose circa contemporaneamente e per vie indipendenti.

Potremmo dire che contenuti dell'inconscio collettivo giungono contemporaneamente a maturazione in aree diverse del tessuto collettivo e che si esprimono attraverso persone diverse.

Naturalmente questo va tenuto distinto da quelle pseudo-scoperte che ci vedono affermare cose che con piena convinzione crediamo di avere intuito personalmente e che poi scopriamo di aver letto anni addietro. Qui si tratta di contenuti così profondamente introiettati che sono entrati a far parte della nostra individualità e che non vengono più riconosciuti come esterni/estranei a noi.

Ciò introduce a un ulteriore elemento dinamico del processo creativo: la creatività è espressione alta, eccellente della soggettività. Gardner (1987) ha formulato la sua teoria della pluralità delle intelligenze secondo la quale esistono varie forme di intelligenza (linguistica, matematica, musicale, spaziale, cinestetica, interpersonale, intrapersonale). La creatività viene intesa non come una forma specifica di intelligenza, ma come un modo di eccellenza di utilizzare qualunque forma di intelligenza. Essa quindi va a caratterizzare lo stile personale del soggetto; ciò significa non solo che l'opera d'arte è intrisa della personalità dell'artista (Kouth, 1984, p. 298), ma anche che un'accentuata propensione creativa è pervasiva: "chi davvero crea è in ogni cosa creativo: dal curare la casa all'occuparsi dei figli, dal coltivare i campi all'insegnare, e così via" (Rossi e Travaglini 1997, p. 84).

Si apre qui un capitolo estremamente interessante che investe il rapporto fra creatività e vocazione, dove per vocazione si intenda un progetto esistenziale assolutamente soggettivo che è contenuto nelle aree insondabili (inconscie) del Sé. E' significativo che il termine tedesco *Beruf* (chiamata) designasse inizialmente la vocazione, ma che abbia finito per indicare la professione per effetto del processo di secolarizzazione promosso dal calvinismo. Dietro a tutto ciò sta la consapevolezza che la soggettività individuale costituisce un *unicum*, con caratteristiche specifiche di intelligenza, di talento e di inclinazione. La creatività appare come un modo di esprimere queste caratteristiche personali a livelli di eccellenza. Per Melucci essa è "un modo di porsi di fronte alla realtà, un'energia senza contenuto che rende capaci di organizzare il progetto di vita e di mettersi in rapporto con il futuro, una forma che il soggetto riconosce ed esprime nel linguaggio di una passione a fare certe cose, quale che sia il progetto che ha realizzato (op. cit., p. 247).

Si è consumato qui un ulteriore trapasso, dal contenuto alla forma. Se inizialmente la creatività è considerata tale per i contenuti (inconsci) che rivela, ora si qualifica per il modo in cui consente di dare attuazione a quei contenuti.

Aspetti cognitivi

I miti di creazione ci hanno insegnato che l'atto creativo porta caratteristicamente ad aumentare la conoscenza. Non stupisce quindi che l'esperienza creativa abbia molto interessato la psicologia del pensiero.

Per comportamentisti e cognitivisti essa appartiene alle funzioni dell'io e costituisce un insieme di abilità operative della mente che ci rende capaci di risolvere problemi (*problem solving*). Abbiamo visto che negli esperimenti di Köhler anche le scimmie sono capaci di pensiero creativo, cioè di risolvere qualche situazione problematica non per tentativi ed errori, ma grazie a un'improvvisa illuminazione, grazie a una scoperta improvvisa. Queste "scoperte" comportano sempre un raggruppamento (di informazioni, nozioni, strumenti), una riorganizzazione (del campo percettivo, degli schemi comportamentali, della percezione), una strutturazione (su basi nuove degli elementi preesistenti).

Il percorso creativo individuato dai cognitivisti si sviluppa secondo uno schema assai standardizzato: percezione di una carenza/insoddisfazione (ad es.: percezione della fame) – attivazione di una carica energetica attorno al nucleo carenziale (ad es.: interesse per il casco di banane appeso al soffitto) – manipolazione della situazione e del campo per renderli più adeguati alle esigenze (ad es.: spostamento di casse e bastoni per afferrare le banane).

La creatività però non può essere identificata con il *problem solving*, ma va estesa di diritto al *problem making*: s'è detto che "porre la domanda" è momento centrale in ogni *queste*, in ogni ricerca. E porre la domanda in modo nuovo, costruttivo, illuminante è una delle caratteristiche più

salienti del pensiero creativo. Con un'espressione di Whitehead potremmo dire che "ci vuole una mente molto singolare per intraprendere l'analisi di ciò che è ovvio" (in Goleman, op. cit., p. 42). Propongo di leggere in questo contesto l'originale mito melanesiano delle Nuove Ebridi (Isole Banks): in principio tutto era giorno (anziché buio) e l'eroe primigenio Quat navigò fino all'estremo nord del cielo per sottrarre un po' di notte alla Notte. Esso sembra metterci in guardia dal prendere tutto per chiaro, dal dare tutto per acquisito; l'atto creativo comincia quando si individua un po' di buio, un po' di ignoto nell'universo già noto.

Intesa nel suo aspetto di funzione conoscitiva, la creatività oggi ha acquistato una dimensione di gruppo. Attualmente le "scoperte" sono poco dell'individuo e molto dell'equipe. Ciò porta anche a ipotizzare e a indagare una "creatività di gruppo" che non dipende solo dalle caratteristiche dei singoli, ma anche da quelle del gruppo (ad esempio dalle sue norme interne, dalla sua recettività, eccetera). Se l'istinto creativo è iscritto nell'inconscio collettivo e se questo è la vera matrice dell'evoluzione umana, non c'è dubbio che la creatività di gruppo costituisce una delle frontiere prossime venture. Per ora possiamo solo constatare che di ciò sappiamo poco: forse perché gli studi si sono dedicati prevalentemente alla creatività individuale, forse perché quella collettiva è un fenomeno ancora giovane. Mi pare, ad esempio, che la creatività collettiva (anche in termini di *problem solving*) sia sproporzionatamente piccola rispetto ai grandi e incalzanti problemi collettivi (quali possono essere le emergenze del pianeta)

Collocata nella sua dimensione collettiva, l'esperienza creativa non è affatto lineare. Nell'ambito scientifico (un campo dove il fenomeno si manifesta nelle forme più evidenti) si può notare il susseguirsi delle seguenti fasi:

- a. una scoperta sconvolge l'orizzonte conoscitivo e introduce nuove conoscenze e nuove soluzioni a una sequenza di problemi;
- b. il sistema scientifico adotta questa scoperta e affronta grazie ad essa molte situazioni problematiche, attraverso una serie di atti "micro-creativi",
- c. progressivamente emergono e si accumulano situazioni non risolvibili con gli schemi noti e integrati nella procedura scientifica, nemmeno alla luce della scoperta effettuata;
- d. al termine di un periodo di cecità conoscitiva, una nuova scoperta scardina il sistema di riferimento noto e lo sostituisce con uno diverso nella sostanza;
- e. il ciclo riprende e, superata una fase di forti resistenze iniziali, il nuovo schema di riferimento ingloba parzialmente le acquisizioni precedenti, collocandole però all'interno della nuova visione.

Ciò significa che l'evoluzione procede per salti evolutivi che sono contemporaneamente dei salti creativi. Persino l'evoluzione filogenetica procede per salti evolutivi inframmezzati da lunghi periodi di stasi. Mi pare che stiamo attualmente vivendo un periodo di grande fermento creativo, innovativo ed evolutivo (il momento "attuale" dura da un buon paio di secoli); sulla base di quanto conosciamo della dinamica della creatività è prevedibile che questo non sia un *trend* destinato a crescere in continuazione, ma che a questa fase "espulsiva" debba seguire un periodo di nuova gestazione prevedibilmente lungo.

Gli studi del cognitivismo sono certamente utili per formulare modelli di apprendimento, di studio e di ricerca; ad essi rimanda, ad esempio, parte rilevante della didattica di gruppo, del lavoro in equipe, della teoria delle organizzazioni. Ma per la psicologia del profondo la fenomenologia dell'atto creativo entra in una *Weltanschauung* più ampia. Qui la creatività viene intesa come momento conoscitivo in un senso più in generale; si guarda ad essa come a un istinto che consente un "conoscere simbolico", grazie al quale un oggetto esce improvvisamente dalla sua dimensione banale di cosa nota da tempo e riacquista il suo spessore originario di oggetto appartenente al mondo delle origini, degli archetipi e ciò che in esso prima era oscuro ora diventa palese (Neumann, 1989, p. 43-44).

La creatività entra in questo modo nella storia dello sviluppo della coscienza e forse non è un caso che il ruolo della creatività sia ritenuto oggi predominante su quello della riproducibilità. Ciò

entrerebbe nel quadro della progressiva cerebrazione e corrispondente mentalizzazione dell'uomo. O forse costituisce un momento embrionale dello sviluppo umano nella sua accezione di totalità.

Aspetti esistenziali

Con espressione concettuale, ma efficace Mircea Eliade sostiene che "l'esperienza della luce cambia lo statuto ontologico del soggetto, rendendolo aperto al mondo dello spirito" (op. cit., p. 29).

Se ricordiamo che la creatività trova nella luce un'immagine simbolica caratterizzante, dobbiamo arguire che essa ha l'effetto e il senso di cambiare il sapore e il livello dell'esistenza, di cambiarne lo "statuto ontologico". Se i miti sono un "modello esemplare" di esistenza la creazione della luce è momento originario nell'esperienza individuale. Essa accompagna sempre un risveglio, che è momento di rottura, frattura esistenziale grazie alla quale la realtà si rivela e si svela più chiaramente di prima. Questo momento di illuminazione non è necessariamente gnoseologico nel senso del *problem solving*; spesso riguarda la conoscenza di noi stessi, la comprensione della nostra vita, la coscienza di un passaggio esistenziale. Si tratta come sempre di uscire dal caos, metafora insistente dell'inconscio, e ciò significa abitualmente affrontare il tema del sacrificio. I miti di creazione sono ripetitivi su questo punto: Enkidu plasma il mondo col corpo del gigante marino Tiamat; Indra crea il mondo dopo aver ucciso il serpente del mondo Vrtra; in Oceania si narra dell'uccisione di una ragazza col cui corpo vengono create le diverse specie alimentari, eccetera. Un sacrificio sembra esistere in maniera necessariamente solidale con l'atto creativo.

Jung ha sviluppato una lezione acuta sul significato psichico del sacrificio. Nei confronti dell'inconscio (l'animale primordiale) noi possiamo avere un atteggiamento di repressione, oppure di sacrificio. La repressione nega l'appagamento di una certa esigenza mantenendola nell'inconscio; il sacrificio lascia affiorare alla coscienza quell'esigenza, non per soddisfarla, ma per rinunciare al suo appagamento a favore di un obiettivo diverso. Senza troppe teorizzazioni, ciascuno di noi fa ricorso a questi meccanismi: ogni coppia che accende un mutuo per acquistare casa avvia una sequela di "sacrifici" per pagarne le rate (si sacrificano certi viaggi, le vacanze fatte in un certo modo, il piacere di rinnovare il guardaroba, eccetera). Da un punto di vista psicodinamico, io auguro a tutti costoro di affrontare con lucida consapevolezza queste rinunce, di "rendere sacra" (ciò significa sacrificare) la mancata vacanza e la pizza mangiata in casa al posto della cena di pesce al ristorante. L'energia psichica proveniente da questo sacrificio è ciò che dà realtà e senso alla nuova casa. Diversamente, l'acquisto della casa (che è passaggio di grande valenza simbolica e di grande impegno creativo nella vita di molte coppie) diventa una maledizione che getta la propria ombra sulla vita coniugale per dieci-venti anni.

Se si riconosce l'importanza del sacrificio nella dinamica del processo creativo, apparirà un po' meno bizzarro il comportamento di uno scrittore che perpetuava in forma individuale la ritualità del sacrificio. Ad ogni capo d'anno sceglieva un proprio scritto (breve o lungo, ma sempre di qualità: i sacrifici non hanno mai accettato gli scarti) e lo bruciava.

L'atto creativo affonda le radici nell'inconscio, ma si apre sempre al Sé. Nelle culture in cui la costruzione della casa ripete ancora la creazione del cosmo, le abitazioni portano quasi sempre un simbolismo che le trasforma in *imago mundi* (Eliade, op. cit., 68). Una delle forme più significative è quella di un'apertura in cima al tetto; ne conserviamo traccia e memoria nei nostri lucernari. E' l'apertura attraverso la quale entra luce (!) o quella da cui escono le anime dei defunti quando muore qualcuno. E' in ogni caso l'apertura al divino.

La creatività, come momento improvviso, acuto e illuminante di conoscenza e di coscienza esprime bene il ruolo che gioca l'io nel progetto di realizzazione della personalità totale o Sé. Nei miti di creazione gli esseri divini hanno in un certo senso bisogno di creare. Dal punto di vista psicologico ciò significa che la complessa, insondabile, onni- totalità psichica (il dio) ha esigenza di strutturare una funzione minimale, limitata e parziale che è quella dell'io (l'umano) per darsi attuazione, per realizzarsi. Jung ha sviluppato riflessioni interessanti sul rapporto fra il divino e l'umano commentando il libro di Giobbe (quello in cui Dio scommette con il Diavolo sulla lealtà del suo servo Giobbe e lascia che il demonio lo perseguiti per metterlo alla prova). La cosa che colpisce

Jung in questo testo è che “Giobbe è certamente cosciente dell’ingiustizia divina. Certamente è più cosciente di YHWH. E’ una superiorità sottile dell’uomo moralmente cosciente di fronte a un dio meno cosciente. Ecco la ragione dell’incarnazione”, ovvero del fare l’uomo (nota di Jung in: Eliade, op. cit., p. 33). In termini psicologici ciò significa che la partecipazione dell’io come strumento di consapevolezza e come nucleo di coscienza è indispensabile affinché la personalità totale si possa realizzare nella sua individualità, nella sua interezza. L’Io ha la funzione di farsi interprete cosciente della soggettività individuale e di farsi strumento della realizzazione di questa.

La creatività è una funzione elettiva attraverso cui l’io assolve a questa sua funzione. “E’ lo sforzo, la tensione verso l’evoluzione, è il respiro profondo e regolare che ogni essere umano produce in ogni momento della sua vita mentre impegna ciascuna cellula del suo corpo a compiere il quotidiano miracolo dell’adattamento” (De Caroli, op. cit., p. 89). In senso più ampio ancora: “è il respiro profondo e regolare che ogni essere umano produce in ogni momento della sua vita mentre” lavora al progetto sovrumano dell’individuazione. In questo senso Adler diceva che il capolavoro dell’uomo è il suo senso della vita (1933/190, p. 113). Del tutto analogamente, da un punto di vista junghiano, mi sento di sostenere che la vera opera d’arte cui ciascuno di noi lavora consiste nell’inventare la propria esistenza.

La pratica della creatività

Se l’atto creativo è nella sua essenza atto rivoluzionario, converrà ricordare l’acuta osservazione di Fromm secondo cui il rivoluzionario vittorioso è uno statista, il rivoluzionario fallito è un criminale (1941/1975, p. 223).

La diversità non sta nel diverso valore delle idee, ma nella diversa fortuna sociale che esse incontrano. In effetti il rapporto fra creatività e consenso sociale è spesso cruciale e l’esperienza creativa deve sapersi misurare con la resistenza dell’ambiente. Se l’idea creativa, difatti, ha per caratteristica quella di essere originale, provocatoria e sovversiva di vecchi schemi, si può ben comprendere come essa incontri opposizioni più o meno massicce. Per questa ragione c’è chi sostiene che l’idea creativa deve essere trasgressiva per superare gli schemi tradizionali e per introdurre a dimensioni inesplorate; ma deve contenere elementi di tradizionalismo per poter dialogare con la realtà sociale (Melucci, op. cit., p. 72). Un esempio interessante in cui si traduce questa formula è l’opera di Umberto Eco; egli produce un artefatto espressamente mirato a un “lettore modello” precedentemente studiato a tavolino e chiaramente individuato (Eco, 1979, p. 52-53). L’apporto creativo nella sua produzione è innegabile; ma innegabile e dichiarata è anche la ricerca del consenso sociale.

Quello del riconoscimento sociale è un problema storicamente e fortemente sentito dagli artisti, al punto che l’espressione “genio incompreso” è pressoché idiomatica. E’ un problema centrale anche nell’ambito della creatività scientifica (il caso di Galilei è forse l’esempio storicamente più eclatante). Tuttavia, dal punto di vista psicologico, non trascurerei di asserire in maniera recisa che il consumo di beni artistici è diverso dall’arte; che l’approvazione della creatività è diversa dalla creatività. Con la lapidaria espressione di un artista: “lo sguardo degli altri sulla mia pittura non è un problema mio, è un problema loro” (in Melucci, op. cit., p. 48).

Esistono aneddoti interessanti a questo proposito. Nel gennaio 1993 Sting rimase per una mattinata a suonare come un suonatore ambulante nella stazione della metropolitana londinese di Landbroke Grove: riuscì a racimolare 75 pence. Prima di lui anche Severino Gazzelloni si era esibito gratuitamente come suonatore ambulante il giorno prima di un suo affollatissimo concerto, ma solo uno sparuto gruppetto di sfaccendati rimase a sentirlo. Questi aneddoti, tra le molte riflessioni che sollecitano, ci consentono di asserire che, dal punto di vista psicodinamico, la creatività sta nel processo e non nel prodotto, né –tanto meno- nel successo sociale di questo prodotto.

Tuttavia, la riflessione sul rapporto fra creatività e risonanza sociale ci sospinge anche in altra direzione. Se l’atto creativo attinge sempre all’inconscio e spesso a quello collettivo, esso è anche un atto espressivo della psiche collettiva. I pubblicitari –che non sempre sono “ombra della creatività e che spesso sono creativi in senso proprio- sono interpreti eccellenti dello spirito dei

tempi, delle tendenze collettive, in una parola degli orientamenti dell'inconscio collettivo. L'esperienza creativa impone in ogni caso una soggettiva apertura all'inconscio.

E se è vero che molti geni sono incompresi, è altrettanto vero che a distinguere il genio dalla follia è spesso un criterio di relazione e di comunicazione: la follia ha perso la capacità di relazione significativa col mondo; il genio è capace di una relazione altamente significativa (anche se scomoda e inquietante) col mondo. Alcuni prendono spunto da queste constatazioni per asserire che l'oggetto della creatività dev'essere un'idea utile; ma si tratta di miopia materialistica: l'arte sta lì a dimostrare che la creatività è gesto gratuito per eccellenza. Se è vero che si cerca di (e talvolta si riesce a) piegare la creatività alle esigenze del reale, l'esperienza del "flusso creativo" evidenzia che in non pochi casi la creatività "accade" e segue filoni non sempre orientati all'utilità.

Resta il fatto che la creatività si verifica in un *milieu* e che sembra sia necessaria una "soglia di resistenza ottimale" da parte dell'ambiente perché essa si verifichi. E' necessario cioè un certo stato di indigenza; anche Freud diceva che "l'uomo felice non fantastica mai, solo l'insoddisfatto lo fa" (1907/1972, p. 378). D'altra parte occorre dire che la censura sociale e il conformismo sono strumenti certi di inibizione del pensiero creativo. Questo ci offre l'occasione per suggerire, in via preliminare, che se l'atto creativo nasce prevalentemente nell'inconscio, esso non lo si insegna; tuttavia lo si può "disinsegnare".

Tentando di trarre alcune indicazioni dall'*exkursus* sviluppato fin qui, potremo dire che per non inibire (disinsegnare) la naturale funzione creativa della psiche sarà opportuno che si diano alcune condizioni:

- anzitutto accettare situazioni almeno minimali di resistenza (un certo livello di frustrazione);
- immergersi, anche con fatica e con "sacrificio", nel campo, ovvero assimilare conoscenze, approfondire argomenti, accumulare materiale, interagire con altri ricercatori;
- sopportare la tensione del "caos": il disordine di idee che si accavallano, di teorie che si dimostrano insoddisfacenti, di dati che reclamano un ordine;
- riconoscere spazio e valore al "buio" dell'introversione, della solitudine, dell'attesa;
- rispettare i tempi della funzione creativa, in equilibrio fra il lento maturare della gestazione e la precipitosa irruenza dell'espulsione;
- concedere spazi di espressione alla fantasia, all'originalità, al "pensiero della mano sinistra";
- alimentare un certo rispetto per gli impulsi sovversivi, provocatori, trasgressivi, riconoscendo nell'irriverenza innovativa la *vis* della trasformazione e dell'evoluzione.

Tutto ciò significa guardare all'uomo come Uomo Totale, costituito da conscio e inconscio, in bilico fra soggettivo e collettivo, sostenuto da pulsioni biologiche e capace più di ogni altro animato di esperienze che chiamiamo spirituali. In questa concezione la creatività non è mai un atto puramente conscio, un'iniziativa esclusiva dell'Io; ad essa l'Io partecipa, ma da essa è sovrastato e talvolta sopraffatto. La creazione, simbolicamente parlando, non è mai un atto umano (dell'io), ma è sempre un atto divino (della totalità psichica); in essa l'inconscio viene sperimentato non solo come il grande nemico, ma anche come la fondamentale sorgente di energie e di contenuti.

All'interno di questa concezione converrà guardare all'uomo come soggetto che cerca di dare attuazione alla propria totalità; come termine primo e termine ultimo dell'esperienza di totalità. Sembra esprimerlo bene il mito cinese di P'an-ku, un *Maker* primordiale di forma umana, il cui soffio diventa vento, la cui voce diventa tuono, il cui occhio sinistro diventa sole e quello destro luna, il cui sudore diventa pioggia e i cui parassiti (*sic!*) diventano il genere umano.

Questa figura mitologica sembra illustrare che l'Uomo Totale è contemporaneamente l'attore e il destinatario dell'esperienza creativa. La creatività, difatti, confluisce nel disegno esistenziale secondo cui l'uomo dà realizzazione alla propria totalità, così come la creazione mitica converge nella formazione dell'uomo. E' la creazione dell'uomo il momento culminante, più elevato e più significativa del ciclo cosmogonico. Su di essa convergono narrazioni antichissime e quella, recentissima, di Francesco Guccini:

*Prese in poco di argilla rossa
Fece la carne, fece le ossa,
Ci sputò sopra, ci fu un gran tuono
E fu in quel modo che nacque l'uomo.*