



ISSN: 2038-3282

Pubblicato il: 07 Ottobre 2013

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da www.qtimes.it

Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

Creative mind. Realizing, creating, defining, knowing

La mente creativa.

Intuire, creare, definire, capire, conoscere

di Andrea Gentile

Università degli Studi "Marconi" di Roma

a.gentile@unimarconi.it

«Molti uomini muoiono senza essere mai nati completamente. Creatività significa aver portato a termine la propria nascita prima di morire. Educare alla creatività significa educare alla vita. Ognuno deve sviluppare la propria creatività produttiva, ognuno deve sentirsi se stesso ed essere se stesso».

Eric Fromm

«Creare è dare una forma al proprio destino».

Albert Camus

«La creatività ha avuto più impatto, potere, influenza e successo di qualsiasi altro processo nella storia. Le arti, le scienze, l'architettura, la cultura e l'intera età tecnologica e scientifica, in cui stiamo vivendo, esistono grazie al processo creativo della ragione».

Robert Fritz

«Vivendo in modo creativo ci si rende conto del fatto che ogni cosa che facciamo aumenta il senso di essere vivi, di essere noi stessi, insostituibili e unici nell'inarrestabile fluire del tempo».

Donald W. Winnicott

«Il fondamento della conoscenza è l'intuizione creativa».

Lev S. Vygotskij

Abstract

Il termine “creatività” indica l'arte o la capacità cognitiva della mente di creare e inventare; tuttavia, esso può prestarsi a numerose interpretazioni e significati. Il verbo italiano “creare”, al quale il sostantivo “creatività” rimanda, deriva dal “creare” latino, che condivide con “crescere” la radice “Kar”. In sanscrito, “Kar-tr” è “colui che fa” o “colui che crea”. Con il termine “creatività”, si definisce la «capacità creativa, la facoltà inventiva; come capacità, facoltà, attitudine a creare: attività, operosità dinamica, forza costruttiva». La creatività è «la capacità di creare, di inventare con libera fantasia: la creatività è la capacità produttiva della ragione o della fantasia». Creare, inventare, intuire sono le proprietà di chi opera con creatività: “il creativo”. Queste definizioni ci aiutano a capire che la creatività può essere rivolta sia alla fantasia, sia al pensiero razionale; in entrambi i casi, comunque, è caratterizzata dalla produzione di qualcosa di “nuovo”. Più che una dote del carattere, la creatività rappresenta, pertanto, «una forma mentis, un modo di rapportarsi alla realtà, di concepire e vivere la vita».

Parole chiave: creatività, mente, pensiero creativo

1. Significato del termine «creatività»

Il termine “creatività” indica l'arte o la capacità cognitiva della mente di creare e inventare; tuttavia, esso può prestarsi a numerose interpretazioni e significati. Il verbo italiano “creare”, al quale il sostantivo “creatività” rimanda, deriva dal “creare” latino, che condivide con “crescere” la radice “Kar”. In sanscrito, “Kar-tr” è “colui che fa” o “colui che crea”. Con il termine “creatività”, si definisce la «capacità creativa, la facoltà inventiva; come capacità, facoltà, attitudine a creare: attività, operosità dinamica, forza costruttiva»¹. La creatività è «la capacità di creare, di inventare con libera fantasia: la creatività è la capacità produttiva della ragione o della fantasia»². Creare, inventare, intuire sono le proprietà di chi opera con creatività: “il creativo”. Queste definizioni ci aiutano a capire che la creatività può essere rivolta sia alla fantasia, sia al pensiero razionale; in entrambi i casi, comunque, è caratterizzata dalla produzione di qualcosa di “nuovo”. Più che una dote del carattere, la creatività rappresenta, pertanto, «una *forma mentis*, un modo di rapportarsi alla realtà, di concepire e vivere la vita»³.

La creatività assume una funzione particolarmente significativa in rapporto ai nostri processi cognitivi, come l'intuizione, la percezione, il pensiero analogico, la simulazione, l'associazione di idee, la ricerca nel contesto di un problema strutturato, la rielaborazione personale, il pensiero critico. La creatività coinvolge non solo il profilo cognitivo e metacognitivo, ma anche l'orizzonte emotivo e affettivo-motivazionale della nostra soggettività, costituito da sentimenti, intuizioni, bisogni, emozioni, pulsioni, passioni, desideri. Per dare un senso alla nostra vita è fondamentale riuscire ad esprimere le potenzialità connaturate nella nostra interiorità: esteriorizzare le

¹ R. Sternberg J. Kaufman, J. Pretz, *Creativity and Reason in Cognitive Development*, Cambridge University Press, Cambridge 2012, p. 25.

² Ibid.

³ Ibid., p. 30.

motivazioni più profonde che segnano e scandiscono i «colori» della nostra anima. Il primo dovere di ognuno è nei confronti della propria coscienza, del proprio tempo interiore: «essere se stessi» nel rispetto della vita autentica.

«La creatività – osserva Jerome Bruner – si esprime nell’abilità e nell’attitudine ad intuire in modo immediato possibili relazioni formali, prima ancora di saperle dimostrare in un orizzonte logico»⁴. Sullo sfondo di questo significato, Bruner distingue tre tipi di processi nell’atto creativo:

- la «produttività previsionale», collegata alla possibilità di fare nuove previsioni;
- la «produttività formale», che consiste nel creare un ordine tra elementi diversi;
- la «produttività metaforica», che accosta dimensioni o aspetti dell’esperienza prima separati.

Secondo Bruner, la creatività inerisce al mondo delle «intuizioni creative»: la creatività va considerata come fenomenologia della soggettività e come l’orizzonte più autentico della conoscenza. Quando i processi cognitivi e affettivi, in modo congiunto, danno vita ad *effective surprise*, significa che dall’intenzione si è passati all’atto creativo. «Un atto che produce una sorpresa efficace, ecco il criterio che definisce l’atto creativo. La sorpresa è l’inatteso che riempie di meraviglia e stupore»⁵.

In questo orizzonte, Vygotskij ha osservato che le potenzialità creative dell’individuo sono promosse o inibite dal contesto sociale di riferimento, dalla facilità o difficoltà di accesso ad una pluralità di stimoli e di esperienze. Come l’attività mentale è imprescindibile dal contesto socio-culturale, così la creatività dipende significativamente dalla condizione sociale a cui l’individuo appartiene. «Qualsiasi inventore, qualsiasi genio è sempre una creatura del suo tempo e del suo ambiente. La sua capacità creatrice muove dai bisogni, dagli interessi, dalle motivazioni più profonde che coinvolgono la sua interiorità. Nessuna invenzione o scoperta scientifica appare prima che si siano formate le condizioni materiali e psicologiche necessarie al suo sorgere. La creatività è un processo storico progressivo, in cui ogni forma susseguente è condizionata dalle forme antecedenti»⁶.

La ricchezza degli stimoli «che derivano dalla vita vissuta, l’accumulo di esperienze, la capacità di dominare i rapporti con i propri simili e con l’ambiente circostante, la capacità di elaborare i dati acquisiti dissociandoli, decontestualizzandoli, decodificandoli per poi combinarli in modo nuovo e in forme autonome, insieme con la padronanza dei mezzi espressivi e delle tecniche e la motivazione a comunicare, sono i principali terreni su cui si può esplicitare un processo di formazione che tende al potenziamento delle capacità creative»⁷. Seguendo questa teoria, la creatività sembra essere direttamente proporzionale alla «ricchezza e varietà delle esperienze vissute dall’individuo», le quali alimentano la potenza dell’immaginazione, forza mentale attiva della creatività che, secondo Vygotskij, si articola in tre momenti fondamentali:

- acquisizione degli elementi fattori di immaginazione dalla realtà esterna;
- intima rielaborazione trasformativa in prodotti dell’immaginazione creativa;
- ritorno nel circolo della realtà con nuova forza attiva e trasformatrice della realtà stessa.

Questi processi, inerenti l’attività creatrice dell’immaginazione, riguardano sia il campo intellettuale che quello emozionale. L’immaginazione emozionale nutre le sue costruzioni da

⁴ J. Bruner, *La mente a più dimensioni*, Laterza, Roma-Bari 1988, p. 55.

⁵ *Ibid.*, p. 89.

⁶ L. S. Vygotskij, *Immaginazione e creatività nell’età infantile*, Editori Riuniti, Roma 1972, p. 50.

⁷ *Ibid.*, p. 114.

elementi derivanti dal mondo interno dell'individuo, mentre l'immaginazione cognitiva si avvale soprattutto di elementi esterni che derivano dall'esperienza nel corso del fluire del tempo.

2. Creatività e soggettività

La creatività implica il «pensiero produttivo», ovvero il pensiero che precede, ristruttura ed elimina le incongruenze: la «ristrutturazione» produttiva costituisce il nucleo più profondo e autentico dell'«intuizione creativa»⁸. In questo orizzonte cognitivo, la creatività si applica sui concetti e sulle idee e può essere:

- a) *combinatoria*, integrando attributi di idee conosciute;
- b) *esploratoria* (investigativa), generando nuove idee, partendo dall'esplorazione di concetti strutturati;
- c) *trasformativa*, il che implica la trasformazione di qualche dimensione della struttura concettuale, per creare nuovi orizzonti cognitivi.

La creatività è la base dell'innovazione: non esiste innovazione senza idee creative. Se la creatività deve «innovare», il pensiero creativo deve aver luogo fuori dagli schemi e andare al di là dei «limiti» e dei «confini»⁹ determinati e rigorosamente necessari della conoscenza analitica, schematica e sintetica. La creatività emerge come capacità di esprimere ciò che si è (l'essere se stessi), mediante l'agire ed il pensare, dove l'«essere se stessi» viene intesa come una dimensione profonda e autentica della nostra soggettività, costituita da emozioni, affetti, vissuti, bisogni, pulsioni, desideri: in una parola il suo mondo vitale. Questo mondo vitale, in quanto appunto vivo, autentico, dinamico, consente la messa in atto di azioni, percezioni, intuizioni, pensieri che, in quanto radicati su questa sfera dinamica in via di espansione, risultano sempre innovativi ed originali. In un mondo in costante trasformazione tecnologica e scientifica, è esigenza inderogabile pensare in anticipo: il pensiero creativo è un aspetto fondamentale nei processi cognitivi perché permette di migliorare la comprensione delle situazioni problematiche, ipotizzare e trovare soluzioni alternative, originali e innovative.

3. Il pensiero «creativo», «produttivo», «divergente» e «convergente»

Un orizzonte cognitivo che caratterizza la creatività è l'orientamento intuitivo del pensiero «divergente» e «convergente»¹⁰. Il pensiero «divergente» si orienta al libero flusso delle idee. Il pensiero «convergente» ha la funzione di «filtrare», «organizzare» e «rielaborare» le idee per identificare quali abbiano veramente un valore innovativo per poter essere integrate in una soluzione reale. Entrambe le forme di pensiero sono complementari. In genere, queste attività sono tutte considerate sotto il concetto di *Brainstorming*. E' fondamentale per tutte le tecniche creative: a) evitare le valutazioni definitive; b) usare l'intermedio impossibile (la sfida concettuale); c) creare

⁸ Cfr. A. Gentile, *L'intuizione creativa*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli 2012.

⁹ Cfr. S. Nosari, *Confini della creatività*, Aracne, Roma 2010 e A. Gentile, *Ai confini della ragione*, Studium, Roma 2003.

¹⁰ Sul rapporto tra «creatività» e «processi cognitivi», cfr. L. S. Vigotsky, *The Development of higher Psychological Processes*, Harvard University Press, 1978; D. P. Ausubel, *Educazione e processi cognitivi*, F. Angeli, Milano 1987; H. Walberg, *The Implications of Cognitive Psychology for measuring School Achievement*, University of Illinois, Chicago 1991; C. Cornoldi, *Metacognizione e apprendimento*, Il Mulino, Bologna 1995; F. B. Bryant-W. J. Baxter, *The Structure of positive and negative automatic Cognition*, «Cognition and Emotion», 11, 3, pp. 225-259, May 1997; G. De Landsheere, *Psicologia cognitiva e nuove prospettive di ricerca*, in: G. de Landsheere, *Il pilotaggio dei sistemi educativi*, tr. it. e note di A. Gentile, Armando, Roma 1998 e L. Bennett Schwartz-J. Timothy Perfect, *Applied Metacognition*, Cambridge University Press, Cambridge 2012.

analogie e metafore; d) inventare la soluzione ideale, partendo dall'immaginazione; e) relazionare concetti o dati che prima non erano relazionati; f) generare molteplici soluzioni al problema; g) autonomia della ragione e senso critico; h) motivare e stimolare l'interesse personale.

In questo orizzonte di ricerca, Wertheimer ha analizzato il pensiero "produttivo", avviando una serie di ricerche particolarmente significative sulla creatività. Il pensiero "produttivo" ha un carattere "esplorativo" e di avventura che apre nuove soluzioni al di fuori della soluzione data, coinvolgendo una molteplicità di funzioni cognitive. Wertheimer ha definito un livello di creatività di tipo *combinativo*, dove vengono valutati i possibili accostamenti degli elementi del problema, di tipo *mutativo*, che opera sulle relazioni possibili tra gli elementi, e di tipo *trasformativo*, che reperisce nuovi principi che consentono di organizzare il problema in un altro orizzonte cognitivo.

Il pensiero creativo è un atto di rielaborazione e riorganizzazione intelligente dei fenomeni che consiste nel cogliere la "buona forma", apportando una nuova strutturazione degli elementi percepiti attraverso le operazioni di segregazione, equilibrio figurale, trasposizione degli elementi, riarticolazione del campo. Wertheimer concepisce la creatività come pensiero "produttivo" che procede in accordo con le esigenze della struttura in modo da ottenere un innovativo miglioramento figurale. Il pensiero elabora delle strategie innovative, crea soluzioni produttive quando riesce a modificare la struttura percettiva o cognitiva: «l'esperienza dimostra che le persone creative spesso rivelano una notevole capacità di effettuare sottili trasformazioni»¹¹.

Il pensiero "produttivo", che Wertheimer qualifica come creativo, opera non solo in situazioni problematiche, ma in tutte quelle situazioni che richiedono all'attività cognitiva di produrre, di creare qualcosa di nuovo, originale, vantaggioso e innovativo. In questo orizzonte, il «pensiero creativo non è soltanto la somma di diversi passaggi o un aggregato di diverse operazioni, ma una coerente linea di pensiero che si sviluppa dalle lacune della situazione, dal desiderio di porre rimedi ad essi, giungendo attraverso un'intuizione creativa alla giusta, innovativa e autentica relazione interna»¹².

La distinzione tra pensiero "produttivo" e pensiero "meccanico" è stata introdotta da Wertheimer: la "produttività" non è un arricchimento del pensiero, ma una sua «riformulazione per una migliore comprensione di una situazione problematica»¹³. Wertheimer osserva che il «pensiero produttivo» si realizza attraverso «opinioni che non sono frammentarie, ma sempre in relazione ai caratteri d'insieme: funzionano in rapporto ad essi e sono determinate dalle esigenze strutturali richieste da una situazione sensata»¹⁴. Il pensiero produttivo «consiste nel vedere, nel rendersi conto delle caratteristiche strutturali e delle esigenze della struttura, nel procedere in accordo con queste esigenze della struttura, nel farsi guidare da essi, nel cambiare la situazione nella direzione dei miglioramenti strutturali. Le operazioni di raggruppamento, segregazione, centramento, trasposizione cercano una verità di struttura piuttosto che una frammentazione»¹⁵. Producendo dei cambiamenti e dei miglioramenti nel quadro della struttura, il pensiero "produttivo" tende a chiudere i sistemi e a consolidarli come unità. «La sua peculiarità consiste nel rendersi conto delle caratteristiche strutturali e delle esigenze della struttura; nel procedere in accordo con queste

¹¹ M. Wertheimer, *Il pensiero produttivo*, Giunti Barbera, Firenze 1965, p. 196.

¹² *Ibid.*, p. 59.

¹³ *Ibid.*, p. 25.

¹⁴ *Ibid.*, p. 59.

¹⁵ *Ibid.*, p. 253.

esigenze e nel farsi guidare da esse, nel modificare la situazione nella direzione dei miglioramenti strutturali»¹⁶.

Wertheimer riconosce al pensiero produttivo un «carattere esplorativo, inventivo e intuitivo che apre nuove soluzioni al di fuori della soluzione data»¹⁷, coinvolgendo una molteplicità di orizzonti cognitivi. Alla “produttività” si contrappone il “meccanicismo” del pensiero che si attua applicando regole formali. Sono riconducibili a questa distinzione la suddivisione che differenzia il pensiero “creativo” dal pensiero “rigido”, che si limita all’elaborazione e all’ordinamento logico-formale delle informazioni. Questa distinzione semantica si ricollega alla distinzione di fondo tra il pensiero “divergente” e il pensiero “convergente”. Il pensiero “divergente” è l’orizzonte di pensiero che ricerca ed elabora risposte flessibili e soluzioni molteplici e originali, mentre il pensiero “convergente” non si lascia influenzare dagli orizzonti dell’immaginazione, per limitarsi ad utilizzare l’informazione in vista di una sola risposta corretta: tende all’unicità della risposta a cui tutte le problematiche vengono ricondotte. Il pensiero divergente presenta originalità di idee, fluidità concettuale, sensibilità per i problemi, capacità di riorganizzazione degli elementi, produzione di molte risposte diverse fra loro, rielaborazione personale, senso critico.

4. L’intuizione creativa

Il pensiero “divergente”, in cui si esprime la creatività, entra in gioco quando i processi “convergenti” si sono sviluppati al punto da permettere un’adeguata padronanza del settore di applicazione, per cui, fino ad una determinata “soglia-limite”, tra i due tipi di pensiero esiste una stretta interdipendenza e interconnessione logica e dialettica.

Rielaborando le teorie di Wertheimer, Köhler utilizza il termine *insight* (in tedesco *Einsicht*, letteralmente “vedere dentro”, ma anche “intravedere” nel senso in cui si intravede una soluzione) per indicare l’intuizione creativa immediata, risolutiva rispetto ad una situazione problematica. *Insight* significa “vedere dentro” un problema, cogliere i rapporti funzionali tra gli elementi, tra le relazioni presenti in una situazione e risolverla, infine, con un processo cognitivo di “ristrutturazione”¹⁸. La cognizione è situata nel rapporto tra mente e mondo. La mente si estende e reinterpreta la situazione. L’intuizione creativa è la “ristrutturazione” che determina un “ri-orientamento” della nostra soggettività. La “ristrutturazione” produttiva costituisce il nucleo più autentico dell’intuizione creativa.

In questo orizzonte, Duncker attribuisce all’intuizione creativa la propensione al superamento di aspetti del pensiero rigido, rendendo possibile la ristrutturazione del campo cognitivo. L’*Einsicht* si esprime con l’analisi, la sintesi, la definizione, il confronto, il pensiero critico, l’inferenza, l’induzione e la deduzione sillogistica, che portano alla soluzione dei problemi rielaborandone la struttura. Il processo di soluzione di un problema consiste in una «successione di ristrutturazioni» che, passo dopo passo, portano ad una struttura cognitiva risolutoria rispetto ad una situazione problematica precedente; la questione è che la nuova struttura risolutoria diventa, a sua volta, un’ulteriore struttura problematica, ma con caratteri più specifici e diversi. «La forma finale di ogni singola proposta di soluzione non viene generalmente raggiunta con un solo passaggio a partire dall’impostazione originaria del problema; al contrario, si ipotizza il principio, il valore funzionale

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Cfr. W. Köhler, *La psicologia della Gestalt*, Giunti Barbera, Firenze, 1961.

della soluzione e solo nella successiva concretizzazione di questo principio si sviluppa la forma finale della soluzione. In altre parole, le proprietà generali, essenziali di una soluzione procedono geneticamente le proprietà specifiche, e queste ultime si organizzano sulla base delle prime: è come un albero genealogico di soluzione al problema»¹⁹. La creatività implica il pensiero produttivo: il pensiero che precede, ristrutturata ed elimina le incongruenze. La “ristrutturazione” produttiva costituisce il nucleo più profondo e autentico dell’intuizione creativa.

Seguendo queste ricerche, Calvi ha rilevato che alla creatività si ricollega la scoperta casuale, che si colloca al di fuori delle previsioni della persona attivamente impegnata in una data direzione di ricerca che, per questa sua marginalità, è più o meno chiaramente riconosciuta e valutata. Questo «difetto di riconoscimento» è quello che fa ritenere la scoperta in «apparenza casuale»²⁰. In questo orizzonte, Rogers ha definito e distinto «il prodotto relazionale dato dall’unicità dell’individuo e i materiali, gli eventi, la società, il contesto, le circostanze della vita»²¹. Nella sua natura più autentica, la creatività è un intreccio globale, dinamico e dialettico tra motivazioni interne e sollecitazioni sociali, bisogni e rinforzi, curiosità ed emozioni che nascono dall’aver scoperto e realizzato qualcosa di nuovo, autentico e innovativo. Se c’è qualcosa che già esiste, qualcosa che già è stato descritto, si tratta di utilizzarlo in modo innovativo, di individuarvi degli elementi che vanno al di là delle sue apparenze o significati immediati. Creare, innovare, dar corpo ad una propria idea: tutto questo non ci rimanda soltanto ad una visione strettamente funzionale del cervello e dell’intelligenza, ma ad un’ottica più generale, in cui la mente prende “forma” a partire da un complesso gioco tra visioni del mondo, senso critico, rielaborazione personale, intuizioni, emozioni, desideri e motivazioni connaturate nella nostra soggettività.

Sullo sfondo di queste riflessioni, Rogers osserva che la creatività è facilitata da quelle caratteristiche di personalità che consentono una continua “riorganizzazione” della vita interiore soggettiva, nella sua «espressione più profonda e autentica»²². «L’uomo sarà tanto più creativo quanto più sarà aperto a tutti gli aspetti della propria esperienza e quanto più renderà disponibile la propria coscienza a tutte le svariate sensazioni e percezioni cui il suo organismo partecipa»²³. Secondo Rogers, la creatività è un processo intrinseco alla tendenza “attualizzante” che non è una motivazione specifica, ma riguarda la “tensione” motivazionale e globale dell’individuo e implica un naturale processo verso l’autorealizzazione. La creatività è una «dimensione elettiva della tendenza attualizzante: nell’essere umano il fatto che più impressiona è questa tendenza diretta verso il completamento e l’attualizzazione delle proprie potenzialità»²⁴. Un *modus vivendi* creativo è tipico di una personalità aperta, che cerca sempre di essere se stessa e cerca di esprimere le potenzialità interiori, in grado armonizzarsi nelle relazioni interpersonali, flessibile e disponibile a diventare se stessa anche in climi culturali variegati, tollerante di fronte alla percezione di ambiguità, capace di librarsi al di sopra delle categorizzazioni, delle apparenze e dei pregiudizi. La creatività esplicita la tendenza dell’uomo a realizzare se stesso, a sviluppare le sue potenzialità, a vivere al di là delle apparenze, per esprimere in modo autentico i propri sentimenti, pensieri,

¹⁹ K. Duncker, *La psicologia del pensiero produttivo*, Giunti Barbera, Firenze, 1969, p. 20.

²⁰ Cfr. G. Calvi, *La creatività*, in AA.VV., *Nuove questioni di psicologia*, vol. I, La Scuola, Brescia 1972.

²¹ C. R. Rogers, *Toward a Theory of Creativity*, in H. H. Anderson, *Creativity and its cultivation*, Harper and Brothers, New York 1959, p. 55.

²² Ibid.

²³ C. R. Rogers, *La tendenza attualizzante in relazione ai motivi della coscienza*, Martinelli, Firenze 1970, p. 100.

²⁴ Ibid., p. 308.

emozioni: «vivere pienamente e apertamente la complessità. Essere se stessi ed esprimere in modo pieno e autentico la propria unicità di esseri umani non è assolutamente niente di negativo, ma piuttosto un processo positivo, creativo, costruttivo, realistico ed estremamente significativo»²⁵.

5. Simultaneità, istantaneità e immediatezza del processo intuitivo-creativo della mente

Henri Poincaré, precursore della teoria della relatività e dodici volte candidato al premio Nobel, racconta la propria esperienza e il proprio pensiero sulla creatività e sui processi mentali che generano intuizioni creative nel volume *Scienza e metodo*, una raccolta di saggi su questioni di metodologia di ricerca scientifica scritto con straordinaria chiarezza. Sono cenni brevi che però riescono a dare un'idea precisa del tema, fino a configurare la definizione di creatività forse più soddisfacente fra le moltissime formulate fino ad oggi: «*Creare* è discernere, è scegliere fra tutte le combinazioni quelle più feconde, originali, innovative che saranno formate da elementi tratti da settori molto distanti. Non intendo dire che per creare sia sufficiente mettere insieme oggetti quanto più possibile disparati: la maggior parte delle combinazioni che si formerebbero in tal modo sarebbero del tutto sterili. Ma alcune di queste, assai rare, sono le più feconde di tutte. Un risultato nuovo ha valore, se ne ha, nel caso in cui stabilendo un legame tra elementi noti da tempo, ma fino ad allora sparsi e in apparenza estranei gli uni agli altri, mette ordine, immediatamente, là dove sembrava regnare il disordine. Creare, inventare consiste proprio nel non costruire le combinazioni inutili e nel costruire unicamente quelle utili, che sono un'esigua minoranza. Quel che più lascia colpiti – osserva Poincaré – è il fenomeno di queste improvvisi *illuminazioni*, segno manifesto di un lungo lavoro inconscio precedente; a proposito delle condizioni in cui avviene il lavoro inconscio, vi è un'altra osservazione da fare: esso è impossibile, e in ogni caso rimane sterile, se non è preceduto e seguito da un periodo di lavoro cosciente. Le ispirazioni improvvisi non avvengono mai se non dopo alcuni giorni di sforzi volontari, che sono sembrati completamente infruttuosi. Come vanno le cose, allora? Tra le numerosissime combinazioni che l'io subliminale ha formato alla cieca, quasi tutte sono prive di interesse e senza utilità; ma proprio per questo motivo non esercitano alcuna influenza sulla sensibilità estetica: la coscienza non arriverà mai a conoscerle. Soltanto alcune di esse sono creative, utili e innovative»²⁶.

La creatività si manifesta come una improvvisa illuminazione: nella sua natura più autentica l'intuizione creativa si caratterizza nella sua istantaneità, immediatezza, puntualità e simultaneità dell'atto intuitivo della nostra soggettività. Poincaré definisce il fenomeno creatività, indicando “presupposti”, “condizioni” e “risultati” del processo intuitivo-creativo della mente:

- Presupposti: niente si crea dal niente; si parte da elementi preesistenti.
- Condizioni: è necessaria una specifica capacità (unire elementi) che può essere applicata a qualsiasi argomento, e deve unirsi ad un'altra capacità, quella di selezionare, tra tutti i disponibili, gli elementi giusti da combinare.
- Risultati: c'è una prima caratteristica necessaria; le combinazioni prodotte devono essere nuove.

Inoltre, c'è un criterio per stabilire se la novità prodotta ha un valore creativo: le combinazioni trovate, oltre che nuove, devono essere anche utili. L'abilità nel selezionare presenta, a sua volta, quattro aspetti fondamentali:

²⁵ Ibid., p. 178.

²⁶ H. Poincaré, *Scienza e metodo*, Einaudi, Torino 1997, p. 49.

- Competenze: per individuare gli elementi che vanno uniti, bisogna conoscerli nella loro correlazione dinamica nella «rete concettuale».
- Intuizione creativa: permette di fare una scelta funzionale tra molte opzioni disponibili, anche quando non è possibile valutare in modo esauriente la complessità di tutte le variabili in gioco.
- Esperienza: sviluppa l'intuizione e affina l'istinto.
- Innovazione: si procede per prove ed errori.

La creatività può essere anche definita come una apertura continua verso l'esperienza, verso l'innovazione, accettazione del rischio e della contraddittorietà, spirito di avventura, predilezione verso la complessità. In accordo con questa impostazione, più recentemente alcuni degli aspetti che caratterizzano l'atteggiamento dell'individuo creativo sono stati intesi come elementi di una più generale dimensione psicologica denominata «*problem-finding*»: essa consiste nella tendenza a considerare vari possibili approcci ad un problema, abbandonando la via intrapresa qualora un'altra si presenti come più adeguata allo scopo, senza considerare definitivi i risultati raggiunti.

In questo orizzonte si potrebbe interpretare la creatività come una potenzialità, ossia una predisposizione o un complesso di predisposizioni che permettono all'individuo, in date circostanze, di compiere specifiche elaborazioni mentali atte a produrre risultati originali e innovativi. Può rientrare in questo ambito l'interpretazione secondo cui il pensiero dell'individuo creativo sarebbe contraddistinto principalmente da fluidità, flessibilità, originalità, aspetti della mente virtualmente idonei a garantire un'elevata probabilità di reperire idee inusuali, innovative e utili. Una terza possibilità è ritenere che per sviluppare la creatività occorre compiere particolari processi cognitivi, tali da innescare forme di funzionamento mentale abitualmente non attivate. Per esempio, un particolare processo cognitivo implicato nel pensiero creativo è la «rielaborazione personale» che consiste nella soluzione creativa al problema attraverso la considerazione del problema stesso da diversi punti di vista in modo che emergano nuove relazioni e nuove prospettive. Possono essere collocate in quest'ambito le concezioni secondo le quali la creatività consisterebbe nel compiere accostamenti originali e innovativi tra più idee e le concezioni secondo cui la creatività risulterebbe da operazioni quali il rielaborare in modo nuovo, personale e innovativo esperienze precedenti o l'individuare aspetti comuni in realtà diverse che concedono alla nostra soggettività libertà di espressione, cercando di seguire i propri interessi e le proprie curiosità, esprimendo in modo autentico le nostre intuizioni ed emozioni. In questo orizzonte, un ruolo fondamentale è rivestito dalla dimensione emotiva e affettivo-motivazionale: mettersi in discussione, porsi delle domande, ascoltare le proprie emozioni, cercando di avere un confronto, anziché una negazione, con le dinamiche affettive inconsce, comprendendo anche i vissuti considerati negativi e i bisogni inaccettabili. Questo processo porta l'individuo ad una maggiore consapevolezza di sé e delle proprie potenzialità, creando un terreno fertile per la nascita di nuove possibilità di crescita. Pertanto, la creatività non è mai una manifestazione casuale di un fenomeno, ma è sinonimo di ricerca personale e si manifesta solitamente in maniera differente come ritrovamento e scoperta di una realtà esistente in precedenza, o come improvvisa illuminazione, che può ricevere l'artista o lo scienziato in virtù di un'intuizione creativa. La creatività non è quindi una peculiarità di pochi eletti, particolarmente dotati, ma il risultato di una stimolazione sistematica del potenziale creativo, che ogni uomo possiede in relazione al contesto in cui vive e sviluppa la sua personalità.

6. La creatività e le «ipotesi-limite»

Se si considera che la creatività si manifesta nella soluzione nuova di un problema cognitivo, esistenziale, pratico o espressivo, si deduce che solo grazie alla sua capacità creativa l'uomo è in grado di progredire, superare i suoi limiti, perfezionarsi, dare forma in modo autentico alla sua personalità. Secondo Guilford, i caratteri "primari" della creatività sono in relazione con la fluidità e l'originalità della risposta, la flessibilità del pensiero, la capacità di inventare ed elaborare nuove idee riconducendole ad una unità sintetica originaria. Il profilo del soggetto creativo è caratterizzato «dalle abilità di invenzione, elaborazione, composizione e pianificazione»²⁷. In particolare, la composizione fattoriale sarà data principalmente dai fattori «sensibilità, fluidità (verbale, ideativa, associativa, espressiva), flessibilità, originalità, valutazione e analisi, capacità di riconoscere i problemi, sintetizzarli e ridefinirli in un orizzonte personale e critico»²⁸. La creatività, interpretata come un insieme di tratti, consente di dar vita a prodotti o comportamenti che, in linea «con il temperamento e la motivazione del soggetto, sono divergenti rispetto agli standard»²⁹. È proprio il pensiero «divergente» che caratterizza il profilo dei soggetti creativi, ovvero quel pensiero che procede verso direzioni nuove, imprevedute, inconsuete, innovative e originali. La creatività non è mai frutto del "caso", ma dell'attività di ricerca personale. In questo senso, le innovazioni che si introducono nella vita, nella conoscenza e nella scienza, non devono essere considerate quale frutto di alcune persone particolarmente dotate, ma come il risultato di una stimolazione sistematica del "potenziale creativo" che ogni uomo possiede nella sua soggettività.

In questo orizzonte, Maslow distingue la «creatività primaria, spontanea, emergente, di carattere ludico, da quella secondaria, controllata, disciplinata, non ludica»³⁰. La creatività "primaria" è soggetta ai bisogni "istintuali" primari, è la fonte di nuove scoperte, di autentiche novità ed è eredità comune a tutti gli esseri umani. La creatività "secondaria", invece, è diretta dai processi secondari ed è tipica di chi si serve della creatività primaria per operare una sintesi armonica con i processi secondari. «La creatività che, in buona successione, impiega ambedue i processi è la creatività integrata. Da questo tipo di creatività deriva la grande opera d'arte, l'opera nel campo filosofico o nel campo scientifico»³¹. Maslow nutre una profonda fiducia nello sviluppo delle potenzialità creative di ogni individuo, «naturalmente votato alla libertà, all'autonomia, all'autorealizzazione. L'individuo riesce a soddisfare il bisogno di autorealizzazione, ovvero il desiderio di divenire ciò che è, nel momento in cui agisce sulla base di motivazioni di accrescimento, vive esperienze emotivamente intense, riflette una notevole apertura e sensibilità verso gli aspetti più autentici della realtà ed è autenticamente creativo»³². La totalità e la ricchezza dell'esperienza soggettiva «si vivono durante le *peak experiences* o esperienze al vertice, durante le quali si è totalmente consapevoli dell'oggetto»³³, affascinati dalla natura nel suo essere originario, autentico e non come qualcosa da manipolare; «l'intuizione può trascendere l'io, dimenticare il sé». «L'artista osserva ciò che gli altri si limitano a vedere; l'artista sa qualcosa perché la vede in modo autentico: osserva e

²⁷ J. P. Guilford, *Elementi caratteristici della creatività*, in H. H. Anderson, *La creatività e le sue prospettive*, Editrice La Scuola, Brescia 1972, p. 263.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

³⁰ Cfr. A. H. Maslow, *Motivazione e personalità*, Armando, Roma 2010.

³¹ Ibid., p. 174.

³² G. Bucolo, A. Gennaro, *La personalità creativa. Le teorie, i processi, la costruzione dell'identità*, Prefazione di P. Cruciani, Laterza, Roma-Bari 2006, p. 32.

³³ Ibid., p. 33.

vede il mondo con quella chiarezza con cui appare, come qualcosa di continuamente nuovo»³⁴. Nel momento creativo «l'artista sperimenta la gioia, intesa nel suo significato di moto dell'animo che si accompagna all'esperienza per arrivare alla realizzazione delle proprie potenzialità creative»³⁵.

In questa prospettiva, la creatività implica una modificazione costruttiva della personalità, agendo in direzione dell'integrazione dei livelli più profondi della propria interiorità con le proprie emozioni, con il potenziamento delle proprie capacità cognitive. «L'individuo riesca ad essere se stesso. I conflitti, le fratture, le polarità, le discontinuità presenti nel suo intimo tendono temporaneamente a dissolversi: diventa più aperto all'esperienza ed assai più spontaneo, espressivo e privo di inibizioni, più disinvolto, più audace e coraggioso e acquisisce, così, le caratteristiche essenziali e autentiche della creatività»³⁶. La creatività consiste, pertanto, nella libertà che ha l'uomo di intervenire, manipolare e vitalizzare la propria vita, la propria esistenza, le proprie emozioni, il proprio tempo interiore, dando nuovi colori alla propria anima, facendo leva sulle proprie risorse e sulle potenzialità latenti connaturate nella soggettività. La creatività è uno stile di vita che, nella sua natura più autentica, permette la ricomposizione delle fratture e la conseguente realizzazione delle potenzialità basilari della crescita e dell'espressione della vita autentica della propria personalità.

La creatività esige una capacità di connessione e di relazione, oltre ad una peculiare disposizione di apertura verso il mondo circostante. L'attività creativa è il risultato della convergenza di una mente critica e libera, di una sufficiente capacità combinatoria e di una certa «finezza» (*esprit de finesse*) connaturata nel sentimento, nella percezione e nell'intuizione. Creatività significa generare qualcosa che prima non c'era. «La creatività – osserva Winnicott – è la condizione attraverso cui la nostra soggettività si apre al mondo ed esprime le sue potenzialità. La creatività concerne l'ideare, l'inventare, il suscitare, il realizzare, il dar vita, il plasmare, l'originare, il produrre, il fare dal nulla, dare forma all'informe»³⁷. Si crea quando si elaborano delle «ipotesi-limite», si inventano situazioni originali, si riorganizzano elementi già esistenti, si scoprono forme in precedenza non conosciute, si introducono nuovi elementi: grazie a questa straordinaria potenzialità della mente, l'uomo ha modificato il mondo, creando strumenti utili alla sua sopravvivenza e alla sua evoluzione nel corso del fluire del tempo della sua vita e della sua esistenza.

7. Creatività, «rete concettuale» e pensiero «laterale»

Uno dei temi centrali che deriva da queste riflessioni è dimostrare come sia possibile liberare la mente dalla trappola di quello che potremmo definire il “pensiero negativo” e orientare la mente nella ricerca di una molteplicità di punti di vista, che consentono nuove interpretazioni della realtà spesso inaspettatamente risolutive. Questo orizzonte di ricerca determina la distinzione di fondo tra il pensiero “verticale” (*Vertical Thinking*) e il pensiero “laterale” (*Lateral Thinking*)³⁸.

Nell'*Oxford English Dictionary* alla voce *Lateral Thinking* si legge questa definizione: «Seeking to solve problems by unorthodox or apparently illogical methods». «Apparentemente illogici» sono le parole chiave di questa definizione. Il pensiero “laterale”, infatti, sembra “illogico” in termini della logica tradizionale, ma segue in realtà un'altra logica: quella dell'intuizione creativa. Il

³⁴ A. H. Maslow, *Motivazione e personalità*, cit., p. 333.

³⁵ R. May, *La natura della creatività*, in H. H. Anderson, *La creatività e le sue prospettive*, cit., p. 86.

³⁶ A. H. Maslow, *Verso una psicologia dell'essere*, Astrolabio, Roma 1997, p. 118.

³⁷ D. W. Winnicott, *Sulla natura umana*, Raffaello Cortina, Milano 1989, p. 55.

³⁸ Sulla distinzione tra pensiero «verticale» e pensiero «laterale», cfr. Edward De Bono, *Creatività e pensiero laterale*, Rizzoli, Milano 1998.

pensiero laterale trae origine dai meccanismi dell'intuizione. Ci consente di identificare i binari predefiniti su cui si muove il pensiero verticale per trovare nuove strade che ci aiutano ad uscire da questi binari e ad essere quindi più creativi. Il pensiero verticale è il pensiero logico, selettivo (nel senso che seleziona le idee), mentre il pensiero laterale è generativo, creativo, intuitivo: ha cioè il compito di generare nuove idee, nuovi concetti. Il pensiero verticale è logico e sequenziale, mentre il pensiero laterale è esplorativo e può "fare dei salti".

Sullo sfondo di queste riflessioni, Edward De Bono ha osservato che se si affronta un problema con il metodo razionale del pensiero, si ottengono risultati corretti, ma limitati dalla «rigidità dei modelli logici tradizionali»³⁹. Quando si richiede, invece, una soluzione veramente diversa e innovativa, che contribuisca cioè ad un reale step evolutivo rispetto alle "pre-condizioni", si deve stravolgere il ragionamento, partire dal punto più lontano possibile, ribaltare i dati, mescolare le ipotesi, negare certe sicurezze e addirittura affidarsi ad associazioni di idee del tutto casuali. Si deve perciò abbandonare il pensiero verticale, basato sulle deduzioni logiche, per entrare nella "lateralità" del pensiero creativo.

Pertanto, con il termine "pensiero laterale" si intende una modalità di risoluzione di problemi che prevede un approccio indiretto, ovvero l'osservazione del problema da diverse angolazioni, contrapposta alla tradizionale modalità che prevede la concentrazione su una soluzione diretta al problema. Mentre una soluzione diretta prevede il ricorso alla logica sequenziale, risolvendo il problema partendo dalle considerazioni che sembrano più ovvie, il pensiero laterale se ne discosta (da cui il termine laterale) e cerca punti di vista alternativi prima di cercare la soluzione.

«Il pensiero laterale è in stretta relazione con l'intuizione creativa e la creatività. Mentre la creatività è troppo spesso solamente la descrizione di un risultato, il pensiero laterale è la descrizione di un procedimento. Il modo più efficace per cambiare le idee opera non tanto dall'esterno quanto tramite il conflitto dall'interno, mediante la rielaborazione intuitiva dell'informazione disponibile. L'intuizione è l'unico modo efficace per cambiare le idee in una situazione problematica, quando è impossibile valutare oggettivamente le informazioni. Anche quando questo è possibile, come nell'ambito scientifico, una rielaborazione intuitiva dell'informazione conduce ad enormi balzi in avanti. Il pensiero laterale è uno strumento dell'intuizione creativa»⁴⁰. La necessità «di utilizzare il pensiero laterale trae origine dal modo in cui funziona la mente. Nonostante la sua enorme efficacia, il sistema di trattamento dell'informazione chiamato *mente* presenta dei limiti naturali, determinati e definiti. Questi limiti sono inseparabili dai vantaggi del sistema poiché gli uni e gli altri sorgono direttamente dalla natura del sistema stesso. Sarebbe impossibile avere i vantaggi senza gli svantaggi. Il pensiero laterale è un tentativo di compensazione degli svantaggi mentre ancora si godono i vantaggi»⁴¹. Il pensiero laterale cerca di aprire nuove strade e nuovi orizzonti cognitivi: si generano molteplici orizzonti alternativi nel campo della possibilità. «Con il pensiero verticale si seleziona l'approccio più promettente ad un problema, il migliore punto di vista in una situazione problematica. Il pensiero verticale si mette in moto solamente se esiste una direzione in cui muoversi; al contrario, il pensiero laterale si mette in moto allo scopo di generare un nuova direzione di ricerca»⁴². Il movimento e il cambiamento del pensiero laterale non sono un fine in sé stesso, ma un processo per dar luogo alla

³⁹ Ibid., p. 38.

⁴⁰ Ibid., pp. 8-9.

⁴¹ Ibid., p. 24.

⁴² Ibid., p. 38-39.

«rimodellizzazione, alla ricomprensione, al riorientamento negli orizzonti della conoscenza»⁴³: per risolvere un problema è sempre possibile individuare diverse soluzioni, alcune delle quali emergono solo prescindendo da quello che inizialmente appare l'unico percorso possibile e cercando elementi, idee, intuizioni, ipotesi per generare creativamente una «rete concettuale» da abbinare e combinare con le conoscenze già possedute, in un orizzonte cognitivo e metacognitivo.

Riferimenti bibliografici:

- ADLER H. (Hrsg.) *Synästhesie. Interferenz, Transfer und Synthese der Sinne*, Königshausen und Neumann, Würzburg 2012;
- ALTSHULLER G. S., *Creativity as an Exact Science. The Theory of the Solution of Inventive Problems*, New York 1984;
- ANDERSON H. H., *La creatività e le sue prospettive*, Brescia, Editrice La Scuola, 1972;
- ANDREANI DENTICI O., *Intelligenza e creatività*, Roma, Carocci, 2009;
- ARGYLE M., *La comunicazione non verbale*, Roma-Bari, Laterza, 1974;
- ARIETI S., *La creatività. La sintesi magica*, Roma, Il Pensiero Scientifico, 1979;
- BARRON F., *Creatività e libertà della persona*, tr. it. di R. Pedio, Roma, Astrolabio, 1971;
- BATES S., *The Mind's Horizon*, R. Eldridge, Cambridge 1996;
- BEISER F., *The Fate of Reason*, Harvard University Press, Cambridge-Massachusetts-London 2000;
- BENDIN M., *Creatività. Come sbloccarla, stimolarla, svilupparla e viverla*, Milano, Mondadori, 1990;
- BINNING G., *Dal nulla. Sulla creatività dell'uomo e della natura*, Milano, Garzanti, 1991;
- BOSSART W., *Apperception, Knowledge and Experience*, University of Ottawa, Ottawa 1994;
- BRISSON L.-MEYERSTEIN W., *Puissance et limites de la raison*, Ed. Les Belles Lettres, Paris 1995;
- BRYANT F.-BAXTER A., *The structure of positive and negative automatic cognition*, in: «Cognition and Emotion», 11, 3, pp. 225-259, May 1997;
- BRUNER J., *La mente a più dimensioni*, Roma-Bari, Laterza, 1988;
- BUCOLO G., GENNARO A., *La personalità creativa. Le teorie, i processi, la costruzione dell'identità*, Prefazione di P. Cruciani, Roma-Bari, Laterza, 2012;
- CALVI G., *La creatività*, in: «Nuove questioni di Psicologia», Vol. I, pp. 637-712, Brescia, La Scuola, 1972;
- CROPLEY A. J., *La creatività*, Firenze, La Nuova Italia, 1969;
- DE BONO E., *Creatività e pensiero laterale*, Milano, Rizzoli, 1998;
- DE BONO E., *Una bella mente. Rendersi interessante con il pensiero creativo*, Trento, Erickson, , 2007;
- FERNÁNDEZ F. A., *Il talento creativo*, Bari, Edizioni Dedalo, 2001;
- FREUD S., *Il poeta e la fantasia*, in *Opere*, vol. 5, Torino, Boringhieri, 1972;
- FROMM E., *Dalla parte dell'uomo*, Roma, Astrolabio, 1971;

⁴³ In questa area di ricerca, cfr. A. Gentile, *Conoscenza, creatività, motivazione. Insegnare l'arte di educare*, IF PRESS, Roma 2011.

- FROMM E., *L'atteggiamento creativo*, in H. H. ANDERSON (a cura di), *La creatività e le sue prospettive*, Brescia, La Scuola, 1972;
- FROMM E., *L'arte di vivere*, Milano, Mondadori, 1996;
- GARDNER H., *Aprire le menti. La creatività e i dilemmi dell'educazione*, Milano, Feltrinelli, 1991;
- GARDNER H., *Intelligenze creative. Fisiologia della creatività attraverso le vite di Freud, Einstein, Picasso, Stravinskij, Eliot, Gandhi e Martha Graham*, Milano, Feltrinelli, 1994;
- GARRONI E., *Creatività*, Macerata, Quodlibet, 2010;
- GENTILE A., *Ai confini della ragione*, Roma, Edizioni Studium, 2003;
- GENTILE A., *Conoscenza, creatività, motivazione. Insegnare l'arte di educare*, Roma, IF Press, 2011;
- GENTILE A., *Sulla soglia. Tra la linea-limite e la linea d'ombra*, Roma, IF Press, 2012;
- GENTILE A., *L'intuizione creativa*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli 2012;
- GUILFORD J. P., *Elementi caratteristici della creatività*, in ANDERSON H. H., *La creatività e le sue prospettive*, cit., 1972;
- GUILFORD J. P., *La creatività*, in BEAUDOT A. (a cura di), *La creatività*, Torino, Loescher, 1977;
- JAMES W., *L'uomo come esperienza. Identità, istinti, emozioni*, tr. it. di G. Fonseca, Napoli, L'Anchoredel Mediterraneo, 1999;
- KÉRENYI K., *Nel Labirinto*, tr. it. di Leda Spiller, Torino, Bollati Boringhieri, 1997;
- LEGRENZI P., *Creatività e innovazione*, Bologna, Il Mulino, 2005;
- LOWENFELD V., *La natura dell'attività creatrice*, Firenze, La Nuova Italia, 1968;
- LOWENFELD V., *Creatività e sviluppo mentale*, Firenze, Giunti-Barbera, 1984;
- MAY R., *La natura della creatività*, in ANDERSON H. H., *La creatività e le sue prospettive*, cit., 1972;
- MAY R., *La natura e la volontà*, Roma, Astrolabio, 1971;
- MASLOW A., *Motivazione e personalità*, Roma, Armando, 2010;
- NEUMANN E., *L'uomo creativo e la sua trasformazione*, Venezia-Padova, Marsilio, 1975;
- POWELL T. J., *L'apprendimento creativo*, Firenze, Giunti-Barbera, 1974;
- ROGERS C., *Toward a Theory of Creativity*, in H. H. ANDERSON, *Creativity and its cultivation*, Harper and Brothers, New York 1959;
- SCHWARTZ B.-PERFECT T., *Applied Metacognition*, Cambridge University Press, Cambridge 2002;
- STERNBERG R., KAUFMAN J., PRETZ J., *Creativity and Reason in Cognitive Development*, Cambridge University Press, Cambridge 2010;
- STERNBERG R., *Teorie dell'intelligenza: una teoria tripolare dell'intelligenza umana*, Milano, Bompiani, 1987;
- STERNBERG R., *Methaphors of Mind*, New York, Cambridge University Press, 1990;
- STORR A., *La dinamica della creatività*, Roma, Astrolabio, 1973;
- VIGOTSKY L. S., *The development of higher psychological processes*, Cambridge, Harvard University Press, 1978;
- VIGOTSKY L. S., *Il processo cognitivo. Raccolta di scritti a cura di Michael Cole, Sylvia Scribner, Vera John-Steiner, Ellen Souberman*, Torino, Bollati Boringhieri, 1987-2002.