

# Naturalizzare la creatività

## Prospettive (attuali) e limiti (futuri)

GIANLUCA CONSOLI  
Università di Roma «Tor Vergata»

**ABSTRACT:** This paper explores the possibility of naturalizing creativity. Firstly, it develops the current perspective of cognitive sciences, thus contributing to the naturalization of the creative act. From this point of view, two primary aspects of creativity (i.e., insight and aesthetic pleasure) are explained by scientific terms. A specific thesis is verified on the basis of the empirical evidence: insight and aesthetic pleasure share a common matrix. Both of them are forms of affective meta-appraisal, in which phenomenal feedbacks show that creative processes are occurring at the first level of cognition, in the case of insights on the problem-solving, and in the case of aesthetic pleasure about the interpretation of art-works. Secondly, this paper elaborates on a general meta-reflection on naturalism, suggesting that: a) a creative act is not mysterious, as we can understand it through concepts used by ordinary cognition; b) the naturalization has structural limits. Sub-personal explanation cannot provide contextual criteria for recognition and normative reasons for the justification of creative products. This is the fundamental role of hermeneutics in the humanities. Therefore, naturalism cannot be radical, otherwise it would have eliminated the autonomy of history and culture. Creativity can be understood only by integrating the cognitive sciences with hermeneutics, and explanation with interpretation.

**KEYWORDS:** Creativity, naturalization, meta-cognition, insight, aesthetic pleasure.

### 1. La matrice comune di *insight* e piacere estetico

Oggi il compito di ripensare il concetto di creatività non può prescindere dal supporto delle scienze cognitive. Questo perché sin dalla loro nascita le scienze cognitive si sono impegnate nel tentativo di guardare dentro la creatività, cercando di spiegare i meccanismi nascosti con cui si arriva all'elaborazione di prodotti nuovi, inaspettati, utili, di valore, raggiunti grazie all'intelligenza e all'iniziativa, in un processo intricato in cui intervengono coscienza e inconscio, conoscenze e abilità, regole e intuizioni. Addirittura,

l'incapacità di affrontare in modo produttivo il problema della creatività ha costituito uno dei motivi principali che ha condotto alla crisi del paradigma centrato sull'intelligenza artificiale simbolica, dominante fino ai primi anni '80 del secolo scorso, e alla sua sostituzione con il paradigma della cognizione biologica e incorporata (Consoli 2006). Attualmente i nuovi strumenti di *neuroimaging*, i nuovi approcci dell'artificiale, le nuove tecniche sperimentali in psicologia cognitiva rendono indispensabile il riferimento alle scienze cognitive per comprendere l'atto creativo.

Da questo punto di vista, le discipline che tradizionalmente sono interessate alla creatività, come l'estetica e l'ermeneutica, non possono esimersi dal confronto con le scienze cognitive, in breve con la naturalizzazione della creatività. D'altra parte, però, occorre anche riconoscere i limiti della naturalizzazione, per evitare eccessi riduzionistici e sconfinare in "neuromanie" (Legrenzi, Umiltà 2009). Il punto centrale è noto da tempo: la prospettiva storica e normativa appare per larga parte fuori dalla portata della naturalizzazione in generale (Goldman 1986). Se, poi, alla creatività appartengono essenzialmente i caratteri kantiani di novità, originalità ed esemplarità, questo limite diviene particolarmente coercitivo. Significa, infatti, che strutturare stabilmente la creatività come un insieme di processi della mente non fornisce in nessun modo criteri storici per il suo riconoscimento, né ragioni contestuali per la sua giustificazione.

Questo saggio si muove in due direzioni complementari. Da una parte, vuole essere un contributo di epistemologia naturalizzata che sviluppa alcune prospettive attuali particolarmente significative. In questa ottica viene articolato un percorso tecnico interno alle scienze cognitive con l'obiettivo di demistificare quell'alone di mistero che ancora oggi avvolge alcuni aspetti primari della creatività. Dall'altra parte, l'articolo vuole mostrare che la naturalizzazione dell'atto creativo, anche se riuscita e *in the long run* completa, lascia strutturalmente aperti problemi che solo altre discipline, con strumenti e apparati teorici diversi, possono affrontare. Tra queste ricopre un ruolo indispensabile l'ermeneutica, capace di confrontarsi con la dimensione storica e culturale della creatività.

A proposito del primo obiettivo, relativo alla pratica della naturalizzazione, verrà sostenuta una proposta teorica specifica. L'atto creativo è un processo complesso e articolato, in nessun modo riducibile alla sola elaborazione conscia dell'informazione simbolica (Kihlstrom 2009). Per quanto ancora oggi le teorie complessive della creatività proposte all'interno delle scienze cognitive non siano sufficientemente condivise (Boden 2004), si è ampliata la comprensione di molti aspetti specifici. In particolare, questo scritto sostiene che è possibile estendere alcuni risultati raggiunti nelle ri-

cerche più recenti in modo da spiegare il ruolo che l'informazione affettiva ricopre nei processi non-consci e non-simbolici della creatività. In tale prospettiva vengono reinterpretati due concetti molto noti, finora rimasti fuori per larga parte dalle spiegazioni offerte dalle scienze cognitive. Il primo concetto è quello di *insight*, derivato dalla psicologia della *Gestalt* e relativo alla produzione della creatività, in particolare alla soluzione creativa di problemi. Il secondo concetto è quello di piacere estetico, derivato dalla tradizione estetica, relativo alla ricezione della creatività, in particolare alla creatività veicolata dagli oggetti estetici e artistici. L'ipotesi teorica di fondo che viene proposta sostiene che l'*insight* e il piacere estetico condividono una stessa matrice comune, in quanto sono entrambi forme specifiche di metavalutazione affettiva relative a processi creativi di primo livello. Nel corso dei prossimi paragrafi questa tesi verrà articolata e corroborata in riferimento a un insieme di dati sperimentali cruciali.

Per quanto concerne il secondo obiettivo, relativo allo statuto della naturalizzazione, verrà sostenuta una tesi metodologica specifica. Spiegare la creatività ponendola in continuità con il resto della mente, senza salti e fratture, non implica affatto cadere nella fallacia naturalistica, in cui l'autonomia della cultura e della storia vengono cancellate. Piuttosto è proprio la naturalizzazione stessa a denunciare la sua insufficienza e a richiedere l'apporto di altre discipline, in primo luogo quello dell'ermeneutica, essenziale per riconoscere, giustificare e collocare storicamente l'atto creativo.

## **2. Valutazione affettiva**

Per individuare la matrice comune di *insight* e piacere estetico il punto da cui muovere è la nozione di affetto. Nella comunità delle scienze cognitive vi è un ampio consenso nel concepire l'affetto come un tipo specifico di informazione, distinta tanto dall'informazione simbolica e proposizionale, quanto dalle altre forme di informazione subsimbolica, come quella percettiva e quella motoria. Secondo una delle proposte più influenti, denominata "core affect" (Russell 2003), l'affetto di base è uno stato neuropsicologico elementare, caratterizzato dalle seguenti proprietà. 1) È prodotto dal costante flusso di alterazioni nell'ambiente interno, lo stato neurofisiologico e somatoviscerale dell'organismo. L'affetto, perciò, è incorporato. 2) Le alterazioni nell'ambiente interno sono innescate dal flusso degli eventi che si realizza nell'ambiente esterno. Per questo l'affetto è intenzionale: si riferisce allo e informa sullo stimolo ambientale, evento, oggetto, situazione, che lo ha attivato. 3) L'informazione relativa al mondo esterno è tradotta in uno

stato interno che indica se lo stimolo ha un valore positivo o negativo (rinforzo/punizione) e se richiede una reazione di attrazione o repulsione. 4) Se accede alla coscienza, l'informazione affettiva produce un effetto soggettivo, ossia è fenomenicamente esperita come sentimento di piacere o dispiacere, più o meno attivante.

Come emerge dalla definizione, la funzione primaria dell'affetto è fornire una valutazione elementare degli stimoli. Questa tipologia di valutazione (*affective appraisal*) si distingue da quella cognitiva (*cognitive evaluation*). Quest'ultima è costituita da credenze sui mezzi disponibili per raggiungere uno scopo. Precisamente, una valutazione cognitiva di  $x$  è un'assunzione sul suo potere, ossia sul suo grado di adeguatezza/inadeguatezza rispetto a qualche scopo: « $x$  è assunto come appropriato/inappropriato per un certo scopo  $p$ ». Nella valutazione cognitiva le assunzioni sono credenze dichiarative prodotte da processi di ragionamento, più o meno analitici e deliberati, ma tali che i giudizi risultanti siano supportati da ragioni che giustificano la relazione mezzo/fine (Castelfranchi, Miceli 2005).

Di contro, nella sua forma tipica, la valutazione affettiva è costituita da un'esperienza soggettivamente provata, piacevole o spiacevole, prodotta dall'autopercezione di una reazione somatica in corso, a sua volta innescata dalla percezione di uno stimolo esterno. Ne segue che l'intenzionalità della valutazione affettiva, il suo riferirsi a uno stimolo, è strettamente connessa con l'informazione proveniente dai pattern di cambiamento del corpo. Poiché tali pattern sono causati da condizioni contestuali attivanti, la loro percezione rappresenta anche le stesse condizioni contestuali, ovviamente senza impiegare concetti o descrizioni. La percezione del corpo, cioè, è al tempo stesso anche percezione attraverso il corpo (Prinz 2004). Come risultato, la valutazione affettiva è associativa: le rappresentazioni vengono etichettate con un marcatore affettivo; olistica: produce semplici discriminazioni come positivo *vs* negativo, buono *vs* cattivo; automatica: non viene attivata intenzionalmente.

### 3. Sentimenti della conoscenza

Dopo aver definito la nozione di affetto, è opportuno sottolineare un punto centrale che è stato chiarito negli ultimi anni di ricerche: la valutazione affettiva non interviene soltanto nei processi intuitivi e in quelli euristici, quando si ricorre all'informazione affettiva per semplificare processi decisionali complessi o perché non si ha altra informazione disponibile. La valutazione affettiva può intervenire anche all'interno dei processi

metacognitivi. Nella metacognizione la mente prende a oggetto se stessa e i propri stati, in modo che le operazioni sviluppate al livello superiore (meta livello) monitorino e controllino le operazioni in corso al livello sottostante (primo livello). La valutazione affettiva interviene nei cosiddetti sentimenti della conoscenza (*noetic feelings, knowing feelings, feelings-of-knowing*), allorché l'esperienza soggettiva segnala lo stato della conoscenza dell'individuo (Schwarz, Clore 2007).

Vi sono diverse versioni di metagiudizi. Tre tipologie, spesso etichettate sotto l'unico termine di metamemoria, sono al centro delle ricerche. (1) Giudizi relativi all'apprendimento, elaborati durante la codificazione dell'informazione in rapporto alla probabilità di ricordarla in futuro. (2) Giudizi relativi alla memoria, elaborati durante il tentativo di richiamare l'informazione: gli individui possono monitorare l'informazione codificata nella memoria anche quando non riescono a richiamarla, mostrando una correlazione positiva tra gli indici soggettivi e quelli oggettivi. (3) Giudizi relativi alla performance, successivi al richiamo della risposta o alla presa di decisione, che determinano un certo grado di fiducia soggettiva nella correttezza della risposta o della decisione.

In ogni caso i metagiudizi non implicano l'accesso diretto del soggetto allo stato della sua memoria, precisamente alla forza delle tracce contenute in essa. Piuttosto sono prodotti da due processi inferenziali differenti. (A) La prima forma di giudizio metacognitivo è prodotta da inferenze deliberate, analitiche, lente, largamente coscienti, che si traducono nell'espressione «Dovrei conoscere la risposta». Queste inferenze sono basate sull'informazione immagazzinata nella memoria a lungo termine. La correttezza del metagiudizio dipende dalla validità delle credenze e delle conoscenze specifiche per dominio che vengono richiamate. (B) La seconda forma di giudizio metacognitivo è prodotta da processi impliciti, rapidi, globali, basati sul feedback affettivo, che si traducono nell'espressione «Sento di conoscere la risposta» (Koriat, Levy-Sadot 1999). Le operazioni si realizzano al di sotto della coscienza, in modo tale che solo il loro esito, l'esperienza soggettiva, risulta cosciente. In tali processi i soggetti utilizzano in modo automatico alcuni indicatori mnemonici che non si riferiscono a specifici contenuti in corso di elaborazione, ma alle proprietà strutturali del processo di elaborazione stesso. In generale, infatti, i processi di elaborazione sono accompagnati da alcuni parametri interni che segnalano l'accessibilità dell'informazione nei termini della rapidità con cui viene alla mente, della quantità, della pertinenza e della correttezza. Questi parametri, influenzati da diverse variabili (la durata dell'esposizione, la ripetizione, la familiarità, la prototipicità, ecc.), determinano la facilità (*ease*) e la fluidità (*fluency*) dell'elaborazione. In quanto

associate con i progressi nell'identificazione e nella categorizzazione dello stimolo, queste ultime sono marcate positivamente, ossia innescano un'esperienza spontanea di segno positivo. Tale esperienza soggettiva, interpretata in automatico dai soggetti come indizio/dato che segnala *on line* la qualità e l'efficacia dell'elaborazione di primo livello, è alla base della seconda forma di metagiudizi (Reber, Wurtz, Zimmermann 2004).

I giudizi metacognitivi si rivelano piuttosto corretti e moderatamente predittivi sia del tempo e dello sforzo impiegati nel compito, sia della correttezza della risposta. Vi sono molti dati sperimentali che confermano la correlazione tra gli indici oggettivi e i report, anche quelli basati sui sentimenti della conoscenza. Per questi ultimi la capacità predittiva del metagiudizio dipende dalla pertinenza dell'indicatore utilizzato. In ogni caso non vi sono garanzie di correttezza se e finché il valore informativo del processo non viene analizzato in base al controllo razionale e deliberato. In generale, infatti, i dati sperimentali mostrano che gli individui esprimono una fiducia più alta nella correttezza della risposta che richiamano più rapidamente, sia se questa risposta è corretta sia se non lo è (Koriat 2007).

Come altri processi metacognitivi, anche quelli correlati ai sentimenti della conoscenza possono avere influenza pur essendo dissociati dalla coscienza, come dimostra il dato sperimentale di ordine generale per cui la selezione delle strategie per affrontare il compito è per lo più inconscia. I sentimenti della conoscenza, però, possono ricoprire anche una funzione trasversale, mediando tra processi automatici e impliciti e processi coscienti e deliberati. Un esempio tipico è costituito dal fenomeno "sulla punta della lingua", in cui il soggetto sente che conosce la risposta, ma non riesce ancora a produrla dopo uno sforzo durato alcuni secondi. Per quanto fallisca nel richiamo di una parola, il soggetto è convinto di conoscerla e che la sua emergenza nella coscienza è imminente. In questa situazione di discrepanza tra gli indici di conoscenza soggettivi e oggettivi, un indicatore fenomenico, quale sostituto della rete semantica che codifica i significati della parola, segnala che l'informazione è disponibile in forma inconscia (Metcalf 2000).

#### 4. *Insight*

A questo punto sono stati delineati gli aspetti fondamentali per pervenire alla spiegazione dell'*insight*. Si è detto, in sintesi, che la metavalutazione affettiva al centro dei sentimenti della conoscenza (a) è costituita dall'associazione tra un indicatore strutturale e l'esperienza soggettiva; (b) viene innescata passivamente dalle caratteristiche dei processi cognitivi di primo livello; (c)

fornisce una valutazione globale di tali processi; (d) è disponibile sia per l'uso automatico, sia per la funzione trasversale; (e) per quanto piuttosto corretta e predittiva, in se stessa non offre garanzie sufficienti.

L'insieme dei punti indicati ricostruisce il modello standard della meta-valutazione affettiva che emerge dalle scienze cognitive. Uno dei principali obiettivi teorici di questo scritto è estendere tale modello, in modo da naturalizzare alcuni aspetti della creatività che possono essere spiegati alla luce delle funzioni che l'informazione affettiva ricopre al metalivello. Soprattutto in relazione al primo punto, è possibile ipotizzare che il ruolo della valutazione affettiva nei processi della metacognizione non sia limitato alla sola associazione tra indici strutturali ed esperienza soggettiva. Piuttosto, l'informazione affettiva può funzionare anche come metastrumento modellato dall'esperienza in base alle leggi del condizionamento e utilizzato dall'apparato cognitivo per rendere più rapidi ed efficaci i processi di soluzione dei problemi. A questo proposito, si possono elaborare due tesi: (1) la metavalutazione affettiva può avere influenza sia sulla selezione delle strategie, sia (2) sulla selezione dei contenuti di giudizio.

- 1) Nella fase iniziale della soluzione del problema, la marcatura di una procedura di risoluzione con un valore affettivo positivo/negativo, determinato in rapporto alle precedenti prestazioni della procedura in scenari simili, può favorirne la selezione. Questa stessa marcatura, inoltre, può produrre effetti sul sistema di controllo anche nel corso della soluzione del problema, in modo tale che la procedura ricompensata in passato può venire valutata positivamente senza una verifica attenta e sistematica dei risultati effettivi che sta producendo.
- 2) Allo stesso modo, la valutazione affettiva può intervenire nella selezione delle ipotesi da mettere al vaglio. Così, nella progressiva trasformazione degli stati problematici verso lo stato finale, se l'assetto argomentativo costituito dalle ipotesi che hanno superato l'esame richiama situazioni ricompensate positivamente in passato, il sistema di controllo può essere influenzato ad anticipare, prima di un'effettiva giustificazione razionale, che la struttura delle prove tende a chiudersi in modo efficace.

Le due tesi prese insieme delineano una prospettiva teorica pienamente coerente con l'ampio ruolo che le ricerche conferiscono all'informazione affettiva nella metacoscienza. In base a tale prospettiva, la valutazione affettiva, pur mantenendo le caratteristiche che le sono proprie (risposta associativa, globale, automatica, ecc.), viene rifunzionalizzata in virtù dell'interazione con i meccanismi superiori del monitoraggio e del controllo. Precisamente,

acquisisce lo statuto di un modulo di metacontrollo generale. Si può supporre che tale modulo si attivi come meccanismo di controllo automatico, senza suscitare un effetto cosciente intenso nel soggetto, nelle valutazioni basate sul *know how* degli esperti, in particolare laddove viene fornita una soluzione rapida e corretta a problemi noti e familiari. Lo stesso meccanismo è disponibile anche nel caso in cui i problemi siano complessi e/o nuovi. Un insieme di dati sperimentali corrobora questa ipotesi, soprattutto nell'ambito del ragionamento sociale-personale (Damasio 1999). Per esempio, vanno in questa direzione i risultati ottenuti con lo *Iowa Gambling Task*, gioco in cui lo scopo è vincere più denaro possibile, girando carte su cui sono indicati il guadagno o la perdita: la sola conoscenza concettuale relativa alla comprensione di quali mazzi sono buoni e quali cattivi non si rivela adeguata nel processo di scelta (Bechara *et al.* 2005). Si può supporre, inoltre, che la metavalutazione affettiva abbia un ruolo rilevante non solo nella soluzione di problemi strettamente personali, ma anche più teorici. Effettivamente, non vi sono ragioni, né di ordine concettuale, né di ordine sperimentale, che impediscano di estendere la prestazione della metavalutazione affettiva anche alla soluzione di problemi teorici nell'ambito dei processi tipici della psicologia della scoperta.

Proprio lungo questa linea è possibile compiere un ulteriore passo in avanti, esplicitando la relazione tra la metavalutazione affettiva e l'*insight*. Nella letteratura specialistica (Sternberg, Davidson 1995), per *insight* si intende una comprensione improvvisa che può conseguire tanto da uno stato di attenzione defocalizzata, quanto da un processo deliberato e sistematico che procede per tentativi ed errori. Gli psicologi della *Gestalt* lo avvicinano a quanto accade nei processi di ristrutturazione percettiva. Alcuni psicologi cognitivi lo rapportano all'intuizione, intensa in senso tecnico come risoluzione di un problema che si realizza senza ragionamento.

Occorre considerare in generale che la valutazione affettiva è caratterizzata da una sorta di immediatezza fenomenica: produce nel soggetto un effetto cosciente, più o meno intenso, in modo immediato, ossia senza la mediazione di concetti e ragioni. A causa dell'immediatezza fenomenica i soggetti tendono a proiettare sui processi cognitivi con cui è legata la valutazione affettiva sia la qualità della familiarità, sia quella dell'auto-evidenza, provando insieme l'esperienza soggettiva di sicurezza (i soggetti hanno fiducia nella correttezza della loro risposta) e l'illusione dell'accesso diretto (i soggetti credono di aver "visto" la soluzione corretta). Inoltre, poiché nel caso dei sentimenti della conoscenza l'esperienza conscia è il prodotto finale di un'inferenza che si attiva inintenzionalmente e che non risulta accessibile alla coscienza, l'insieme del processo, pur senza esserlo, acquisisce soggetti-

vamente l'aspetto di una intuizione immediata e improvvisa, come tale non spiegabile. Poiché queste che sono state elencate rappresentano le proprietà fenomeniche tipiche dei processi di *insight*, esse possono essere giudicate come chiari indizi che in tali processi la valutazione affettiva ricopre un ruolo primario precisamente nella forma che si è ipotizzata, quale metastrumento generale sviluppato in base al condizionamento.

La tesi che si è proposta è tanto più plausibile se si tengono in considerazione due aspetti particolarmente significativi. In primo luogo, l'*insight* è un vissuto di scoperta, un'esperienza soggettiva che non produce, ma accompagna la ristrutturazione e la riconfigurazione dello spazio del problema, ossia la nuova organizzazione delle parti che conduce alla soluzione del problema (Kanizsa 1973). Per questo, in piena analogia con quanto si verifica per i sentimenti della conoscenza in generale, resta fermo che, senza una correlata analisi razionale e deliberata delle procedure e delle ipotesi, non vi sono garanzie che la metavalutazione affettiva abbia una reale validità, che il tratto associativo alla base della valutazione sia pertinente, che l'*insight* sia effettivamente correlato a una reale soluzione del problema. In secondo luogo, l'*insight* occorre nel caso si apportino soluzioni a problemi nuovi, per i quali le strategie consuete di soluzione, apprese dall'esperienza, non sono adeguate (Kaplan, Simon 1990). Per questo motivo la metavalutazione affettiva si realizza nella forma di un'esperienza fenomenica particolarmente intensa. Funziona, infatti, come segnale che anticipa la possibile soluzione creativa di un problema nuovo.

Dall'insieme di queste considerazioni, la prima parte della tesi di fondo esposta in apertura viene al tempo stesso precisata e corroborata: l'*insight* è un'esperienza soggettiva intensa, prodotta da una metavalutazione affettiva innescata in automatico dall'elaborazione creativa di primo livello, regolata dalle leggi del condizionamento, associata all'anticipazione di componenti indispensabili nella soluzione del problema.

## **5. Piacere estetico**

I risultati ottenuti dalle scienze cognitive consentono di comprendere anche un altro processo legato alla creatività, precisamente alla ricezione della creatività per come questa è veicolata dagli oggetti estetici e in modo particolare dalle opere d'arte: il piacere estetico. A questo proposito nelle scienze cognitive si lavora con due definizioni di piacere estetico. Con la prima si intende il piacere estetico in senso generale, non collegato necessariamente con l'interpretazione di opere d'arte (e quindi con la ricezione

della creatività). Ci si riferisce a un'esperienza soggettivamente piacevole relativa a un oggetto senza che vi sia la mediazione di ragioni e argomenti, esperienza che si traduce in giudizi di bellezza ordinaria e quotidiana, quali i giudizi di piacevolezza, gradimento, predilezione (Reber, Schwarz, Winckelman 2004).

I dati sperimentali mostrano che il piacere estetico in senso generale è una funzione della dinamica di elaborazione propria del soggetto percipiente, più precisamente della fluidità di questo processo. Come si è detto, poiché è associata con il progresso verso il riconoscimento e con la disponibilità di conoscenza appropriata, la fluidità è marcata positivamente, ossia innesca una risposta affettiva spontanea di segno positivo. Il soggetto percipiente interpreta in modo automatico l'esperienza positiva elicitata dalla fluidità come una sua risposta all'oggetto, cosicché il processo risulta in una valutazione positiva. Non è perciò la fluidità per se stessa a servire come base della valutazione, ma la reazione affettiva alla fluidità: è l'esperienza soggettiva innescata dalla fluidità che funziona come segnale fenomenico della sua presenza, in modo tale che maggiore è il grado di fluidità, più positiva la risposta affettiva associata, più marcata la preferenza estetica. Nella seconda definizione, invece, il piacere estetico è inteso in senso specifico e viene esplicitamente collegato con le opere d'arte. Ci si riferisce a un'esperienza positiva il cui senso è quello di proseguire la relazione con l'oggetto, di "averne di più", non per aspetti meramente sensoriali, ma per i significati suggeriti: l'espansione del piacere corrisponde con l'espansione del significato (Frijda 2010).

Va precisato che questa è una definizione di lavoro che mira a organizzare in un quadro concettuale provvisorio i dati ancora in corso di acquisizione. Più in generale, va riconosciuto che attualmente nelle scienze cognitive non è disponibile una teoria esaustiva del piacere estetico inteso in senso proprio, capace di distinguerlo dai fenomeni affettivi simili. Ancora, va segnalato che i tentativi più sistematici, collocabili per lo più sotto l'etichetta della neuroestetica, nascondono spesso banalizzazioni e fraintendimenti (Consoli 2010). Rifiutando la naturalizzazione radicale della neuroestetica, questo articolo vuole contribuire a precisare dal punto di vista teorico la nozione di piacere estetico in senso proprio, delineandone la specifica fisionomia attraverso il confronto con alcuni fenomeni affettivi simili studiati nelle scienze cognitive.

a) *Piacere estetico e piacere intellettuale.* Secondo la definizione che si è ricordata, il piacere estetico inteso in senso proprio non è riducibile a sensazioni piacevoli. Come sottolineato da ampia parte della tradizione estetica, il piacere estetico è un "piacere comprendente", ossia è un piacere mediato dalla comprensione, a sua volta mediata dal piacere. Da questo punto di vista, è

possibile individuare alcune analogie tra il piacere estetico e le varie forme di piacere intellettuale, come per esempio il piacere connesso con il riconoscimento e la scoperta.

Un esempio di piacere intellettuale è ben visibile nel fenomeno del raggruppamento percettivo. I soggetti sono posti di fronte a delle immagini-puzzle, in cui un caos di forme va ricostruito in un significato visibile, attraverso diverse fasi di raggruppamento dei frammenti che nell'insieme durano all'incirca 40 secondi. Per ogni soluzione parziale (riconoscimento di un particolare), i centri del cervello visivo impiegati inviano un segnale al sistema limbico, da cui segue una sensazione piacevole di gratificazione. Al termine, quando il compito è stato eseguito, vi è una sensazione finale di soddisfazione (Ramachandran 2004).

Come il piacere intellettuale, anche il piacere estetico è in relazione con la quantità di informazione in gioco e con il successo nell'elaborazione, in particolare con il successo nell'operazione di integrazione, che è capace di disporre input eterogenei e non coordinati in strutture intellegibili e manipolabili, conformi alla scala del pensiero umano. Come nel caso del piacere intellettuale, anche il piacere estetico comporta dal punto di vista neurale il lavoro in parallelo di molte aree cerebrali topograficamente distinte e sfrutta in modo massivo la predisposizione del cervello a creare delle interconnessioni tra cognizione ed esperienza fenomenica attraverso l'attivazione coordinata delle cortecce prefrontali e del sistema limbico.

*b) Piacere estetico e sentimenti di significatività.* I sentimenti di significatività (*meaningfulness feelings*) sono indizi fenomenici che segnalano proprietà rilevanti dello stimolo e della sua elaborazione. Fuori dal focus della coscienza, operano come sentimenti frangia (*fringe feelings*) capaci di guidare la dinamica dell'elaborazione, concorrendo a indirizzarne lo sviluppo (Mangan 2000). Il piacere estetico rappresenta un tipo speciale di sentimento di significatività: un indizio fenomenico che segnala l'alta organizzazione dell'oggetto estetico come rete di associazioni e significati. Più precisamente, il piacere estetico segnala il grado di integrazione dei diversi elementi in gioco nell'oggetto estetico: se questi mostrano di adattarsi in modo appropriato, il soggetto esperisce un sentimento di piacere.

La rete di associazioni e significati evocata dall'oggetto estetico, in particolare dalle opere d'arte, non può essere interamente e simultaneamente elaborata nel nucleo della coscienza, ma deve essere esplorata serialmente, spesso senza che la sua ricchezza e la sua complessità vengano effettivamente esaurite da processi di integrazione ripetuti. Come l'esplorazione procede, sempre nuove associazioni e nuovi significati si rivelano ancora disponibili.

li e ulteriori processi di integrazione richiedono un impegno ancora più profondo con l'oggetto estetico. In questo senso il piacere estetico non rappresenta solo il segnale di un alto grado di integrazione realizzato, quanto il segnale di un alto grado di integrazione ancora da realizzare, il segnale che "c'è dell'altro" (Galini 2004). Per questo motivo, si può proporre che il piacere estetico come sentimento di significatività vada inteso anche e soprattutto come *match* (accordo), in quanto segnala l'accordo tra l'elaborazione in corso, le fasi precedenti e quelle successive, tra i pochi aspetti esplicitamente presenti nel centro della coscienza e l'ampio insieme di informazioni fuori dal focus dell'attenzione.

c) *Piacere estetico e sentimenti della conoscenza*. La tesi ulteriore che può essere sostenuta è la seguente: il piacere estetico svolge una funzione di anticipazione su base affettiva grazie alla sua metastruttura. Al pari dei sentimenti della conoscenza, il piacere estetico quale meccanismo affettivo di anticipazione si basa sulla realizzazione, inconscia e implicita, di un'inferenza non-analitica, legata a indicatori strutturali propri della sottostante dinamica di elaborazione, segnalati da reazioni fenomeniche automatiche. Allo stesso modo in cui, a partire da indici strutturali, i sentimenti della conoscenza anticipano giudizi non analitici di conoscenza, così il piacere estetico anticipa che nell'oggetto estetico vi sono un'ampia significatività e un alto potenziale di integrazione. Come i sentimenti della conoscenza, anche il piacere estetico quale indizio fenomenico rappresenta una metavalutazione affettiva che, senza un correlato processo di analisi, non garantisce il successo dell'anticipazione. Infine, in modo analogo ai sentimenti della conoscenza, poiché il piacere estetico quale effetto fenomenico risulta da operazioni automatiche, rapide e operanti al di sotto della coscienza, è stato spesso confuso con l'intuizione immediata concepita come accesso diretto.

Nella tesi proposta, quello che distingue il piacere estetico così inteso dai sentimenti della conoscenza strutturalmente simili è la natura degli indici strutturali di cui il piacere estetico rappresenta il segnale fenomenico. Questi indici non sono semplicemente riconducibili ai processi della fluidità. Nel processamento dell'oggetto estetico, tanto più di un'opera d'arte, l'informazione pertinente è accessibile, ma senza essere pienamente esauribile; viene facilmente alla mente, richiamata in modo rapido e accurato, ma richiede anche ulteriori processi di elaborazione; è sufficientemente familiare, in modo da consentire un riconoscimento veloce, ma è al tempo stesso anche nuova e sorprendente, in quanto non si conforma interamente alle aspettative del soggetto. In breve, vi è la tipica situazione della fluidità, ma insieme dell'elaborazione estesa che richiede sforzo.

La specificità di questi indici strutturali permette di comprendere perché il piacere estetico in senso proprio si differenzia dal piacere estetico in senso generale. In entrambi i casi l'esperienza soggettiva è prodotta da una metavalutazione affettiva. Il primo, però, non si riduce all'esperienza della fluidità, ma è correlato piuttosto a un'elaborazione di primo livello creativa, in quanto connessa con l'oggetto estetico, inteso come rete di associazioni e significati sempre disponibili per interpretazioni rinnovate.

Dall'insieme di queste considerazioni, la seconda parte della tesi di fondo esposta in apertura viene al tempo stesso precisata e corroborata: il piacere estetico inteso in senso proprio è un'esperienza soggettiva intensa, prodotta da una metavalutazione affettiva innescata in automatico dall'elaborazione creativa di primo livello che si sviluppa in relazione a un oggetto estetico, associata all'anticipazione di un alto grado di significatività realizzato e ulteriormente realizzabile.

## **6. Oltre le scienze cognitive**

Estendendo un insieme di risultati raggiunti dalle scienze cognitive e integrandoli con concetti-chiave derivati dalla psicologia della *Gestalt* e dalla tradizione estetica, in questo scritto si è corroborata una precisa proposta teorica, in base alla quale l'*insight* e il piacere estetico sono forme di metavalutazione affettiva connesse con processi creativi di primo livello. Con questa incursione nell'epistemologia naturalizzata, è stato gettato uno sguardo dentro la creatività, l'atto creativo e le facoltà che implica. Si è tentato così di demistificare alcuni aspetti che concorrono ad alimentare l'aura di mistero che spesso ancora circonda il concetto di creatività. Si è mostrato in particolare che la matrice comune dell'*insight* e del piacere estetico può essere spiegata grazie all'integrazione di costrutti che le scienze cognitive impiegano per lo più senza problemi nella spiegazione della cognizione ordinaria: feedback affettivo, monitoraggio e controllo, condizionamento, anticipazione.

Da un punto di vista teorico più generale resta aperta la questione di fondo: alla luce delle attuali impostazioni, concettuali e metodologiche, fino a che punto può arrivare la naturalizzazione della creatività condotta in base alle scienze cognitive? Il presente lavoro conferma in pieno quei limiti che caratterizzano la spiegazione naturalistica della creatività, limiti chiari e consapevoli, più volte apertamente dichiarati dagli scienziati cognitivi che studiano la creatività.

- 1) Le ricerche sulla creatività sono condotte con due diverse impostazioni metodologiche (Sternberg 1999). Nell'"approccio dei proble-

mi puzzle”, vengono svolti esperimenti con soggetti che affrontano problemi che non si prestano a una soluzione analitica, ma implicano processi tipici della creatività come il blocco, l’incubazione, la realizzazione improvvisa. Nell’“approccio delle grandi menti”, si esaminano dati biografici e aneddoti relativi a individui particolarmente creativi. Se nel primo caso si ha una certa perdita della validità ecologica, nel secondo caso si hanno gli svantaggi di una ricerca non sperimentale. L’utilizzo degli strumenti di *neuroimaging*, per quanto favorisca una maggiore precisione, non risolve i limiti del primo approccio (Die-trich 2004).

- 2) Dal punto di vista teorico, gli studi sono ispirati alla distinzione tra la “creatività storica”, grazie a cui si producono idee che nessuno ha avuto prima, e la “creatività psicologica” (o personale), grazie a cui si producono idee che il singolo individuo non ha avuto prima. Secondo una visione condivisa, la creatività viene vista come una proprietà essenziale della cognizione umana (Smith, Ward, Finke, 1997). Questo significa che i processi della creatività psicologica, per quanto di grado inferiore, sono in linea di principio gli stessi della creatività storica. Significa, inoltre, che i processi di base della creatività sono gli stessi della cognizione non creativa. In questo quadro, l’indagine è rivolta non all’importanza storica e culturale dell’idea, ma a come l’idea creativa viene in mente.
- 3) Sia per la creatività storica sia per quella psicologica viene sottolineato con forza il ruolo del contesto. Il contesto può supportare, favorire e stimolare la personalità creativa. Lo studio del contesto può mostrare quali idee fossero possibili e quali impossibili in un preciso momento. Soprattutto, il prodotto creativo mostra una tipica asincronia rispetto al contesto: le novità creative sono inizialmente inusuali per divenire poi accettate. Ciononostante, per l’impostazione metodologica e concettuale descritta, l’interesse viene focalizzato sull’origine dell’idea e non sulla sua giustificazione, sul contesto della scoperta, non su quello della giustificazione.

Dunque, la risposta alla domanda metodologica di fondo relativa alla naturalizzazione della creatività (almeno per come possiamo intendere oggi la naturalizzazione) non può che essere la seguente: le scienze cognitive non esauriscono la comprensione della creatività. Non solo lasciano aperto lo spazio ad altre discipline, con impostazioni teoriche e metodologiche diverse; soprattutto, richiedono l’intervento di ulteriori approcci che riempiano i vuoti lasciati dall’indagine, relativi agli aspetti ecologici, contestuali, nor-

mativi della creatività, in particolare della creatività storica. Se poi si tiene conto nello specifico di questi limiti strutturali della naturalizzazione, appare evidente il ruolo indispensabile che tra gli approcci ulteriori può svolgere la tradizione filosofica dell'ermeneutica. Nell'ambito delle scienze umane, infatti, quest'ultima è tipicamente rivolta all'interpretazione della creatività storica, al suo riconoscimento e alla sua giustificazione, alla comprensione contestuale della sua occorrenza.

Da questo punto di vista va segnalato che vi sono alcuni tentativi iniziali che cercano di integrare le scienze cognitive con la comprensione storica dei fenomeni creativi, attraverso spiegazioni volte a mettere in luce le operazioni cognitive coinvolte all'interno di processi storici di creatività (Boden 2010). Va riconosciuto, però, che la linea di confine tra le scienze cognitive e l'ermeneutica non è stata ancora sottoposta a quel ripensamento che ha segnato il rapporto tra le scienze cognitive, l'estetica, la fenomenologia, l'etica – ovviamente, in un processo di rielaborazione oggi più che mai aperto e problematico.

Allo stato attuale, quanto si può affermare è che le scienze cognitive e l'ermeneutica non sono così lontane come erano solo fino a due, tre decenni addietro. Al contrario, si registra un progressivo avvicinamento, almeno in alcuni presupposti teorici di fondo. In primo luogo, la naturalizzazione ha sempre meno i tratti di quella oggettivazione scienziata che la tradizione ermeneutica, da Heidegger fino a Habermas, non ha smesso di contestare. Anche all'interno degli approcci basati sulle neuroscienze (Edelman 2006), è sempre più difficile incontrare forme radicali di naturalismo che giudicano la scienza l'unica misura di ciò che esiste e di come esiste; riducono il significato degli enunciati alla loro verificabilità; professano il realismo metafisico, per cui la mente riflette passivamente una realtà indipendente; ritengono il metodo un corpo di procedure esatte messe in opera da un soggetto neutro; mirano a descrivere la “seconda natura”, la dimensione culturale delle ragioni e delle giustificazioni, in termini di processi biologici, neurali, computazionali.

In secondo luogo, nel corso degli ultimi due decenni le scienze cognitive sono pervenute a condividere sempre più quella visione dell'ermeneutica per cui la comprensione e tanto più la creatività sono processi desoggettivati e performativi. Dal primo punto di vista, secondo il modello della cognizione distribuita, la mente è un sistema allargato che unisce cervello, corpo e ambiente: i processi cognitivi si realizzano trascendendo il cranio, per distribuirsi tra i cervelli individuali, l'ambiente esterno, le organizzazioni sociali (Clark 2008). Dal secondo punto di vista, secondo il modello della cognizione biologica, la mente è un vortice autocatalitico che si auto-produce e

si auto-alimenta: ogni quadro organizzativo che viene prodotto per risolvere una situazione problematica funziona come base per ulteriori operazioni di integrazione (Turner 2006). Quantomeno dal punto di vista teorico, dunque, si è aperto lo spazio concettuale per una possibile collaborazione tra le scienze cognitive e l'ermeneutica, per una futura comprensione della creatività capace di integrare insieme tanto la spiegazione in termini di operazioni cognitive, quanto l'interpretazione in termini di processi storici, contestuali, normativi. A questo proposito, occorre considerare che l'integrazione metodologica procede sempre insieme con l'integrazione teorica. Esempio in questo senso è il caso della neurofenomenologia: perché la prospettiva in prima persona non rappresenti un inconveniente, ma uno strumento attivo nello studio della cognizione, i neurofenomenologici sono alle prese con una profonda revisione del problema mente-corpo, in modo da abbandonare l'impostazione fisicalista che vede il mentale e il fisico come due entità ontologiche contrapposte (Thompson 2007). In modo analogo, perché la dimensione storica, contestuale e normativa dei fenomeni creativi non rappresenti un inconveniente, ma uno strumento attivo nello studio della creatività, occorre espandere (e non certo abbandonare) la concezione della mente estesa (incorporata, emergente, dinamica, relazionale) in quella della mente storica. In base a questa espansione, i processi cognitivi, anche quelli storicamente creativi, anche quelli *rule-changing*, avvengono in contesto, all'interno di un orizzonte storico; il circolo ermeneutico si configura come condizione della comprensione; il soggetto è consapevole della sua storicità e finitezza, della sua determinazione storica, ma è coinvolto comunque in esperienze di verità.<sup>1</sup>

*gianluca.consoli@libero.it*

<sup>1</sup> Ringrazio i revisori del mio saggio, per i consigli e i suggerimenti.

## Riferimenti bibliografici

- Bechara, A. et al., 2005, *The Iowa Gambling task and the somatic marker hypothesis*, «Trends in Cognitive Sciences», 9, n. 4, pp. 159-162.
- Boden, M., 2010, *Creativity and art: Three roads to surprise*, Oxford, Oxford University Press.
- Boden, M., 2004, *The creative mind*, London, Routledge.
- Castelfranchi, C., Miceli, M., 2005, *Homo aestimans*, in C. Castelfranchi, *Che figura. Emozioni e immagine sociale*, Bologna, il Mulino, pp. 21-36.
- Clark, A., 2008, *Supersizing the mind*, Oxford, Oxford University Press.
- Consoli, G., 2010, *Esperienza estetica*, Viterbo, Sette Città.
- Consoli, G., 2006, *Arte e cognizione*, Roma, Bulzoni.
- Damasio, A.R., 1999, *The feeling of what happens*, New York, Harcourt-Brace; tr. it. S. Frediani, *Emozione e coscienza*, Milano, Adelphi, 2000.
- Dietrich A., 2004, *The cognitive neuroscience of creativity*, «Psychonomic Bulletin and Review», 11, n. 6, pp. 1011-1026.
- Edelman, G., 2006, *Second nature*, New Haven, Yale University Press; tr. it. S. Frediani, *Seconda natura*, Milano, Cortina, 2007.
- Frijda, N., 2010, *On the nature and function of pleasure*, in M.L. Kringelbach, K.C. Berridge (eds.), *Pleasures of the brain*, New York, Oxford University Press, pp. 99-112.
- Galín, D., 2004, *Aesthetic experience*, «Consciousness and Cognition», 13, n. 2, pp. 241-253.
- Goldman, A.I., 1986, *Epistemology and cognition*, Cambridge, Harvard University Press.
- Kanizsa, G., 1973, *Il problem-solving nella psicologia della Gestalt*, in G. Mosconi, V. D'Urso (a cura di), *La soluzione di problemi*, Firenze, Giunti, pp. 35-87.
- Kaplan, C., Simon, H.A., 1990, *In search of insight*, «Cognitive Psychology», 22, n. 3, pp. 374-419.
- Kihlstrom, J.F., 2009, *Unconscious cognition*, in W. Banks (ed.), *Encyclopedia of consciousness*, Oxford, Elsevier, pp. 422-421.
- Koriat, A., 2007, *Remembering*, in H.L. Roediger et al. (eds.), *Science of memory: Concepts*, Oxford University Press, New York, pp. 243-246.
- Koriat, A., Levy-Sadot, R., 1999, *Processes underlying metacognitive judgments*, in S. Chaiken, Y. Trope (eds.), *Dual-process theories in social psychology*, New York, Guilford Press, pp. 483-502.
- Legrenzi, P., Umiltà, C., 2009, *Neuro-mania*, Bologna, il Mulino.
- Mangan, B., 2000, *What feeling is the "feeling-of-knowing"*, «Consciousness and Cognition», 9, n. 4, pp. 538-544.

- McCauley, R.N., Bechtel, W., 2001, *Explanatory pluralism and heuristic identity theory*, «Theory and Psychology», 11, n. 6, pp. 736-760.
- Metcalfe, J., 2000, *Metamemory*, in E. Tulving, F. Craik (eds.), *The Oxford handbook of memory*, London, Oxford University Press, pp. 197-211.
- Prinz, J., 2004, *Gut reactions*, New York, Oxford University Press.
- Ramachandran, V.S., 2004, *A brief tour of human consciousness*, New York, Pearson.
- Reber, R., Schwarz, N., Winkielman, P., 2004, *Processing fluency and aesthetic pleasure*, «Personality and Social Psychology Review», 8, n. 4, pp. 364-382.
- Reber, R., Wurtz, P., Zimmermann, T.D., 2004, *Exploring fringe consciousness*, «Consciousness and Cognition», 13, n. 1, pp. 47-60.
- Russell, J.A., 2003, *Core affect and the psychological construction of emotion*, «Psychological Review», 110, n. 1, pp. 145-172.
- Schwarz, N., Clore, G.L., 2007, *Feelings and phenomenal experiences*, in E.T. Higgins, A.W. Kruglanski (eds.), *Social psychology*, New York, Guilford Press, pp. 433-465.
- Smith, S.M., Ward, T.B., Finke, R.A., 1997, *The creative cognition approach*, Cambridge, MIT Press.
- Sternberg, R.J. (ed.), 1999, *Handbook of creativity*, Cambridge, MIT Press.
- Sternberg, R.J., Davidson, J.E. (eds.), 1995, *The nature of insight*, Cambridge, MIT Press.
- Thompson, E., 2007, *Mind in Life: Biology, Phenomenology, and the Sciences of Mind*, Harvard, Harvard University Press.
- Turner M., 2006, *The art of compression*, in M. Turner (ed.), *The artful mind*, New York, Oxford University Press, pp. 93-114.