



CENTRO DI DOCUMENTAZIONE INTERDISCIPLINARE
DI SCIENZA E FEDE



SCUOLA INTERNAZIONALE SUPERIORE
PER LA RICERCA INTERDISCIPLINARE

ALESSANDRO BERTINETTO

*Creatività distribuita e improvvisazione: la dimensione sociale della
creatività*

A.A. 2025/26

I volti della creatività.

La specificità dell'umano in contesto scientifico

29 novembre 2025

Documento n. 48

Testo ad uso dei partecipanti al seminario

Il seminario esplora l'improvvisazione artistica come modello operativo e concettuale per comprendere la creatività nella sua dimensione situata, relazionale e distribuita.

L'idea tradizionale di creatività come arte del "genio" mette l'accento sull'emergenza spontanea dell'evento creativo, al di là del sapere preesistente e del controllo intenzionale. Creativa è anzitutto l'azione che si organizza dandosi da sé la regola (Kant 1790; Pareyson 2010).

Il rapporto con la regola dev'essere però ulteriormente articolato. Paradigmaticamente è infatti possibile distinguere due tipi fondamentali di creatività (Chomsky; Boden):

- *Rule based creativity* (RBC) – un lavoro di combinazione ed esplorazione delle risorse disponibili che non trasforma le procedure in vigore nella prassi in questione (esempio: un dipinto impressionista che sfrutta al meglio le qualità tipiche del genere).
- *Rule changing creativity* (RCC) – un lavoro che rinnova lo "spazio concettuale" di riferimento (esempio: l'invenzione di una nuova tipologia d'arte basata su criteri diversi dal passato – Il Secondo Quartetto per archi, op. 10 (1907–08), di Schönberg, (considerata) la prima composizione atonale).

La distinzione è concettuale, non empirica. Si può infatti sostenere con Wittgenstein (1983) che le regole in vigore nelle pratiche umane siano configurate attraverso la loro attivazione ("We make up the rules as we go along") – RBC e RCC sarebbero quindi in un rapporto di reciproca determinazione. Tuttavia, ciò spiegherebbe la "normalità" della prassi (umana come prassi di per sé creativa), ma sarebbe insufficiente per casi di creatività in senso "eminente" o "enfatico".

Concettualmente, quest'ultima dovrebbe essere definita da caratteristiche come *novità*, *agentività*, *abilità* e *pregio* (Gaut 2010; 2013).

- *Novità* : Ciò che è creativo – l'azione o il suo risultato – non è ricavabile dalle sue precondizioni, ma *emerge* da/su di esse. C'è un *gap* o un salto tra le precondizioni dell'evento creativo e la sua realizzazione
- *Agentività* : L'evento creativo non accade da sé, ma è realizzato grazie al contributo dell'intervento intenzionale dell'essere umano – per quanto l'intenzionalità non possa essere qui intesa come *causa* dell'evento creativo, ma piuttosto – in senso anscombiano (Anscombe 2016) – come condizione di attribuzione dell'evento a un agente responsabile della sua occorrenza.
- *Abilità* : L'agentività responsabile dell'evento creativo richiede anche abilità (ed estro), capacità sviluppate attraverso studio ed allenamento – Il "caso" può contribuire, ma non si può lasciare tutto al caso.
- *Pregio* : La nozione di creatività è *valutativa*. Non tutto ciò che si inventa è dotato di valore (comunque lo si intenda). "Creativo" non è sinonimo di "bizzarro".

Tuttavia, per capire come la creatività – anche la creatività in senso "eminente" o "enfatico" – si eserciti realmente – in particolare in attività paradigmatiche come quelle dell'arte (su cui in particolare ci si affermerà) e della ricerca scientifica – tali elementi devono essere integrati in un quadro più realistico, capace di dissolvere quell'aura di mistero che spesso avvolge –

soprattutto per i profani che non conoscono come l'azione creativa si realizzi concretamente nelle diverse pratiche.

La creatività va quindi intesa come prassi incarnata, interattiva e trasformativa: una prassi che si sviluppa all'interno di un ambiente ecologicamente strutturato da relazioni materiali, tecnologiche, culturali ed affettive, che per un verso stabilizzano pratiche e comportamenti sociali in forme abitudinarie, per altro verso sostengono interazioni improvvisative da cui può emergere la novità.

In primo luogo, l'abitudine non rappresenta un ostacolo alla creatività, ma ne costituisce la condizione (Glaveanu 2012). Non è solo coazione a ripetere un comportamento, ma forma di organizzazione dell'esperienza che si alimenta dell'esperienza. Già per Aristotele (1965) l'abitudine come pattern comportamentale regola le azioni relative la cui performance retroimpatta sulla struttura del pattern. Il rapporto abitudine/azione è quindi autopoietico.

Quindi l'abitudine è un sapere incorporato che alimenta e sostiene la capacità di risposta situata e l'emergenza del nuovo e, nell'ambito di processi improvvisativi, rende possibile l'invenzione nel corso stesso dell'(inter)azione.

Ciò comporta accogliere (in particolare, ma non solo, da Dewey [1968] e Merleau-Ponty [2014])

- (a) La distinzione tra modalità diverse di attivazione dell'abitudine:
 - (1) meccanico/compulsiva (riflesso automatico insensibile alla situazione;
 - (2) intelligente/sensitiva (attentiva e responsiva rispetto alle contingenze situazionali)
- (b) La dimensione sociale dell'abitudine – Le abitudini degli individui sono ereditate dall'ambiente in cui operano; il loro esercizio contribuisce a modificare le abitudini sociali.

In secondo luogo, l'improvvisazione, quando non intesa come eccezione o ripiego, evidenzia come l'invenzione emerga da una costruzione condivisa di senso attraverso l'(inter)agire, che configura *in situ* la propria progettualità. Il piano di azione – nell'arte come in altre pratiche – si realizza *in fieri*, rispondendo alle circostanze della realizzazione dell'azione – le quali non sono solo il contesto esterno che la vincola ma sue parti costitutive (Preston 2012). Ciò comporta (o può comportare) la negoziazione degli stessi criteri di valutazione dell'esito dell'azione attraverso la sua realizzazione. Ciò che l'agente (o gli agenti) ha(nno) in mente è solo un fattore tra quelli in gioco al processo interattivo (o: "corrispondenziale": Ingold 2021) cui partecipa(nno). L'artista è attivo-passivo, perché è coinvolto in un campo di forze e forme che riceve e deve interpretare e contribuiscono all'esito dell'azione creativa. Dal punto di vista psicologico, l'attenzione, più che l'intenzione, è rilevante, per cogliere come *affordances* (Gibson 2014) le condizioni in cui il processo si svolge (e i contributi di materiali, convenzioni, tradizioni, vincoli ecc.) e per attivare in modo virtuoso e plastico le abitudini che organizzano la prassi in questione e che nella prassi si (tras)formano.

In questa prospettiva,

- l'evento creativo risulta da una co-costruzione processuale in cui autorialità, normatività e valutazione si articolano reciprocamente e retroattivamente;
- l'agente creativo è al contempo prodotto e modificatore del proprio ambiente di apprendimento e di (inter)azione – un ambiente plasmato da forme precedenti di creatività e costantemente rinegoziato nell'(inter)azione performativa;
- la creatività è situata e distribuita: dipende dal contesto in cui si svolge e non è appannaggio di un unico soggetto che accentra il controllo del processo, ma

(come nel caso paradigmatico di un'improvvisazione collettiva) emerge dalla cooperazione tra diversi agenti – umani e non.

Le nozioni di *material engagement*, *nicchia culturale* (ed estetica) e *normatività emergente* saranno introdotte a sostegno di questa proposta.

Bibliografia

- Anscombe, G. E. M. (2016). *Intenzione* (Opera originale pubblicata nel 1957). Edusc.
- Aristotele. (1965). *Etica Nicomachea*. Laterza.
- Bertinetto, A. (2021). When diving into uncertainty makes sense: The enactive aesthetic experience of artistic improvisation. *Reti, Saperi, Linguaggi: Italian Journal of Cognitive Sciences*, 19(1), 73–102. <https://doi.org/10.12832/101346>
- Bertinetto, A. (2022). Improvvisazione ed emergenza. Risonanza espressiva e *making sense* dell'imprevisto. *Studi di Estetica*, 50(IV serie, 2), 1–21.
- Bertinetto, A. (2023). Il senso estetico dell'abitudine. *I Castelli di Yale*, 11(1), 32–57.
- Bertinetto, A. (2024). Habits and aesthetic experience. *Aisthesis – Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico* (in press). <https://philpapers.org/archive/BERAHV.pdf>
- Bertinetto, A. (2022/2021). *Aesthetics of improvisation*. Brill. *I Estetica dell'improvvisazione*. Il Mulino.
- Bertinetto, A., & Bertram, G. W. (2020). We make up the rules as we go along: Improvisation as an essential aspect of human practices? *Open Philosophy*, 3(1), 202–221. <https://doi.org/10.1515/opphil-2020-0012>
- Bertinetto, A., & Grüneberg, P. (2023). Action as abductive performance: An improvisational model. *International Journal of Philosophical Studies*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/09672559.2023.2186466>
- Clarke, E. F., & Doffman, M. (Eds.). (2017). *Distributed creativity: Collaboration and improvisation in contemporary music*. Oxford University Press.
- Dewey, J. (1968). *Natura e condotta dell'uomo* (Opera originale pubblicata nel 1922). La Nuova Italia.
- Dreon, R. (2022). *Human landscapes: Contributions to a pragmatist anthropology*. SUNY Press.
- Gaut, B. (2010). The philosophy of creativity. *Philosophy Compass*, 5(12), 1034–1046. <https://doi.org/10.1111/j.1747-9991.2010.00351.x>
- Gaut, B. (2013). Creativity and rationality. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 70(3), 259–270. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6245.2012.01518.x>
- Gibson, J. J. (2014). *L'approccio ecologico alla percezione visiva* (Opera originale pubblicata nel 1979). Mimesis.
- Glăveanu, V. P. (2012). Habitual creativity – Revising habit, reconceptualizing creativity. *Review of General Psychology*, 16(1), 78–92.
- Glăveanu, V. P. (2014). *Distributed creativity: Thinking outside the box of the creative individual*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04468-2>
- Ingold, T. (2020). *Correspondences*. Polity Press.
- Kant, I. (2008). *Critica del giudizio*. In *Le tre critiche*. Mondadori. (Opera originale pubblicata nel 1790)
- Malafouris, L. (2013). *How things shape the mind: A theory of material engagement*. MIT Press.
- McCormack, J. (2010). Enhancing creativity with niche construction. In H. Fellersmann, M. Dörr, M. Hanczyc, L. L. Laursen, S. Maurer, D. Merkle, P. F. Stadler, & S. Rasmussen (Eds.), *Artificial Life XII: Proceedings of the Twelfth International Conference on the Synthesis and Simulation of Living Systems* (pp. 525–532). MIT Press.

- McCormack, J., & Bown, O. (2009). Life's what you make: Niche construction and evolutionary art. In *Applications of Evolutionary Computing* (Lecture Notes in Computer Science, Vol. 5484, pp. 528–537). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-01129-0_53
- Merleau-Ponty, M. (2014). *Filosofia della percezione*. Giunti-Bompiani.
- Pareyson, L. (2010). *Estetica. Teoria della formatività* (Opera originale pubblicata nel 1950). Bompiani.
- Preston, B. (2012). *Philosophy of material culture*. Routledge.
- Sawyer, R. K. (2006). *Explaining creativity: The science of human innovation*. Oxford University Press.
- Sawyer, R. K., & DeZutter, S. (2009). Distributed creativity: How collective creations emerge from collaboration. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3(2), 81–92. <https://doi.org/10.1037/a0013282>
- Wittgenstein, L. (1983). *Ricerche filosofiche* (Opera originale pubblicata nel 1953). Einaudi.

