

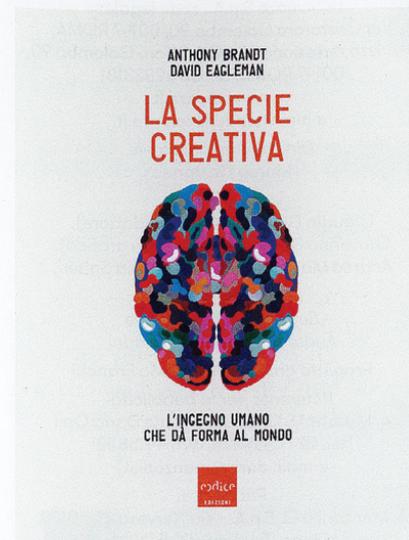
*Come l'arte seduce il cervello
e qual è il valore concreto ed economico
della creatività*

A che cosa serve una mente artistica

di ANNA RITA LONGO

Chi non è giovanissimo ricorderà la sensazione provata la prima volta che ha usato l'e-mail: il pensiero che l'equivalente di una lettera potesse essere inviato e ricevuto in quello che abbiamo imparato a chiamare «tempo reale» ci sembrava elettrizzante. Uno strumento facile e alla portata di tutti ci consentiva di azzerare tempi d'attesa di giorni interi: era semplicemente incredibile.

Nel giro di poco tempo, aprire la propria casella e-mail è passato a diventare, da fonte di entusiasmo per i miracoli della tecnologia, un'operazione routinaria e noiosa, oltre che una potenziale fonte di seccature. Il nostro cervello - ricordano Anthony Brandt e David Eagleman, autori di questo libro, rispettivamente un compositore musicale e un neuroscienziato e divulgatore scientifico - è fatto così: reagisce dapprima in maniera intensissima alle novità, poi con il tempo si abitua e la risposta si fa sempre più debole man mano che dalla percezione del nuovo si passa alla routine, e l'effetto sorpresa viene meno.



La specie creativa

di Anthony Brandt e David Eagleman

Codice Edizioni, Torino, 2019,
pp. 284, (euro 39,00)

È il fenomeno della «soppressione della ripetizione», che deriva dalla nostra capacità di prevedere, utile dal punto di vista evolutivo per risparmiare energie, ma in competizione con la tendenza opposta a essere attratti dal nuovo e dalle tante opportunità che vi si potrebbero nascondere.

Che cosa ci attira dell'arte? Sicuramente proprio l'iperstimolazione cerebrale che viene dall'ammirazione della novità. Eppure nelle opere d'arte il nuovo è solo la punta dell'iceberg, perché tutto si regge su un equilibrio di già visto e inesplorato, di matrici comuni e molteplici possibilità di distorsione e reinvenzione di archetipi. Piegare, frantumare, mescolare ciò che già c'era e dare vita a qualcosa di inedito: questa è la ricetta, secondo gli autori. Una ricetta il cui valore non è solo culturale, ma anche economico. La creatività, che è alla base della produzione artistica, è una tra le doti su cui conviene di più investire, perché vi si possono ricondurre praticamente tutte le innovazioni, comprese le

più redditizie, ma costituisce anche l'anima della scienza, che si nutre, per l'appunto, del gusto per l'esplorazione.

Ma come fare? Partendo dalle scuole, si dice di solito, e i due autori sembrano essere d'accordo. Per dare qualche utile indicazione, l'ultima parte del libro è dedicata proprio al difficile compito degli insegnanti di coltivare il talento creativo degli studenti, perché non vada sprecato per mancanza di stimoli.

Purtroppo queste fondamentali sollecitazioni sono spesso mancate, nel corso della storia, a intere categorie di giovani menti: a quelle femminili, per esempio, per le discriminazioni di genere ancora non sconfitte, oppure a chi non gode di un buon reddito. Porre rimedio a questa iniqua distribuzione delle opportunità è una battaglia fondamentale. Completano il quadro (è proprio il caso di dirlo) le tavole che raffigurano opere d'arte, nel senso più vasto e meno scolastico del termine, che consentono di visualizzare con immediatezza i fenomeni presentati.